

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИА И МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ КНИГОИЗДАНИЯ	9
1.1. Краткая история развития мультимедиа.....	9
1.2. Мультимедийные технологии.....	11
1.3. Книга в цифровую эпоху	16
1.4. Способы презентации книги и мультимедийные технологии	22
ГЛАВА 2. СПОСОБЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ КНИГ	26
2.1. Способы презентации бумажных книг	26
2.1.1. Буктрейлер как мультимедийный продукт.....	28
2.1.2. Интерактивные бумажные книги.....	32
2.1.3. Существование бумажной книги на экране.....	35
2.2. Способы презентации электронных книг.....	40
2.2.1. Мобильные приложения для чтения электронных книг	41
2.2.2. Интерактивные книги для планшетных компьютеров.....	46
2.2.3. Электронное будущее бумажных книг	48
ГЛАВА 3. РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИА И МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МУЗЕЙНОЙ ПРАКТИКЕ	52
3.1. Мультимедийные технологии в музейном пространстве...54	
3.1.1. Мультимедийные технологии в музейном пространстве как вспомогательный инструмент	54
3.1.2. Мультимедийные технологии в музейном пространстве как самостоятельный объект	56
3.2. Сравнение мультимедийных технологий в музейной и книгоиздательской практиках.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	62
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	64
ПРИЛОЖЕНИЕ №1. ГЛОССАРИЙ.....	70

ВВЕДЕНИЕ

По мнению журнала Science, цифровая эпоха началась в 2002 году¹, когда «цифровые технологии начали преобладать в телекоммуникациях с 1990 года (99,9% по состоянию на 2007-й), а среди носителей информации — с 2002-го (94% в 2007 году)»², а также стали проникать в другие сферы деятельности человека: среди носителей информации, массовой культуре, а также в книжной индустрии. Нет ничего удивительного, что в постоянно меняющемся мире стали меняться и способы презентации книг, как электронных, так и бумажных.

Данная работа посвящена выявлению специфики влияния мультимедийных технологий на различные способы презентации бумажных и электронных книг в цифровую эпоху. Поскольку современный мир быстро трансформируется и исследователю приходится изучать явления, для которых еще не устоялась терминологическая база. В мультимедийной реальности происходит то же самое: первоначально термины возникли в среде программистов и связистов, затем перешли в среду творчества и, наконец, стали объектом изучения для исследователей. В данном исследовании мы будем использовать такие термины, как «мультимедиа», «мультимедийные технологии» и др., не учитывая собственно технологические аспекты³.

Мы не претендуем, чтобы рабочие определения, которые встречаются в данном исследовании, в дальнейшем стали общепринятыми.

Актуальность данной работы обуславливается практически полным отсутствием комплексных исследований и научных работ,

¹ Martin Hilbert, Priscila López The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information // Science. - 2011. - Vol. 332, № 6025. - С. pp. 60-65.

² Там же.

³ Подробнее см. Приложение №1. Глоссарий – прим. Т.М.

посвященной этой проблеме. Тема недостаточно проработана в современной науке, поскольку направление молодое, но оно выстраивается в параллель с тем, что уже есть: есть старые технологии презентации книг, которые еще работают, но уходят в прошлое, а мультимедийные технологии – еще не работающее будущее. Процесс освоения мультимедийных технологий книжной индустрией находится в самом начале.

Целью данного исследования является выявление специфики влияния мультимедийных технологий на различные способы презентации бумажных и электронных книг в цифровую эпоху.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **основных задач**:

1. Исследование степени изученности проблемы в научной литературе.
2. Систематизация уже имеющихся материалов по изучаемой теме.
3. Анализ литературы по вопросам мультимедийных технологий.
4. Каталогизация мультимедийных технологий, которые применяются в книжной индустрии.
5. Определение ведущих способов презентации бумажных книг.
6. Определение ведущих способов презентации электронных книг.

Объектом исследования выступают мультимедийные технологии, которые используются книгоиздательским бизнесом, креативной средой, локальными сообществами и др. **Предметом** исследования являются современные способы презентации книг с учетом аспекта цифровизации.

Нельзя не сказать и о **степени разработанности данной проблемы**. Ученые осознали, что рассматривать явление мультимедиа только как компьютерную технологию, было бы неправильно, поскольку «мультимедиа, совершенствуясь и оттачивая свой язык, начинает обособляться от тех искусств и технологий, которые вызвали его к

жизни»⁴. Существует ряд исследований, в которых предпринята попытка более подробно изучить природу мультимедиа, его функции и особенности.

Например, одним из первых авторов, писавших о мультимедиа, становится Ингенблек Вернер. Он полагает, что первые упоминания о мультимедиа появились в 1970-е годы, когда этот термин обозначал «совокупность средств для обработки и представления видео-, аудио- и печатной информации»⁵.

В понимании М. Кирмайера, мультимедиа – это «результат деятельности в области электронной или компьютерной промышленности и как взаимодействие визуальных и аудиоэффектов под управлением интерактивного программного обеспечения»⁶.

Маршалл Маклюэн в свое время предсказал гибель «галактики Гутенберга» и «глобальную деревню», в которой придется существовать человеку. Воспринимая путь развития цивилизации как создание новых технических средств («от алфавита и письма к печатному станку, а затем и к электронным средствам коммуникации»⁷), Маклюэн выделяет три этапа существования человека. Нас интересует третий, современный этап, «возрождающий естественное аудио-визуальное, многомерное восприятие мира и коллективность, но на новой электронной основе – через замещение письменно-печатных языков общения радиотелевизионными и сетевыми средствами массовой

⁴ Шлыкова О.В. Социокультурная природа мультимедиа: автореф. дис. ... д-р культурологии: 24.00.01. - М., 2004. - С. 3.

⁵ Вернер И. Все о мультимедиа. - Киев: В НУ, 1996.- С.7.

⁶ Кирмайер М. Мультимедиа /Пер. с нем. - СПб.:ВНУ - Санкт-Петербург, 1994. -192 с.

⁷ Тюрина И. Великое пророчество. Философская концепция Маршалла Маклюэна // Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / Перевод И.О. Тюриной. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. – С.13.

коммуникации»⁸. Именно на этом этапе и зародилось такое явление как мультимедиа.

В эпоху электронных медиа, развития компьютерных технологий, встает вопрос о дальнейшей судьбе печатной продукции, в первую очередь газет и книг. Вопрос о том, что ждет газеты и журналы в ближайшем будущем, неоднократно поднимался исследователями. То же и с книгами: «дилемма - «смерть книги» или ее «бессмертие» - не может привести нас к подлинному решению вопроса о судьбе книги в новых условиях»⁹. Книжная культура продолжает существовать и в эпоху господства экранной культуры, меняясь и трансформируясь. С появлением компьютерных технологий книга была отодвинута на второй план и была вынуждена приспособливаться к жизни в информационном обществе, используя различные современные технологии, в том числе и мультимедийные. Видимо, закон, выведенный в 1913 году немецким ученым и журналистом Вольфгангом Риплем, который гласит, что «новые более высокоразвитые средства массовой информации полностью не заменят старые», применим не только к медиа, но и к книгам: в современном мире параллельно существуют и бумажные книги, и электронные.

Еще в 1929 году советский режиссер театра и кино С.М. Эйзенштейн писал о необходимости поиска «паллиативов»: «Очень трудно писать книгу. И потому, что всякая книга—двухмерная. А мне хотелось, чтобы эта книга отличалась бы одним свойством, которое никак в двухмерность печатного труда не влазит. Требование это двойное. Первое состоит в том, что букет этих очерков никак не должен рассматриваться и восприниматься подряд. Мне бы хотелось

⁸ Тюрина И. Великое пророчество. Философская концепция Маршалла Маклюэна // Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / Перевод И.О. Тюриной. – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2005. – С.14.

⁹ Бруева Т.А. Книга как феномен культуры: философский аспект: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 24.00.01. - М., 2006. - С. 4.

одновременности восприятия всех их разом, ибо в конце концов все они - ряд секторов в разные области вокруг одной общей, определяющей их, точки зрения - метода. С другой стороны, хотелось бы и чисто пространственно установить возможность взаимосоотноситься каждому очерку непосредственно с каждым - переходить одному в другой и обратно. Взаимоссылками из одного в другой. Взаимодействиями одного по отношению к другому. Такому единовременью и взаимному проникновению очерков могла бы удовлетворить книга в форме... шара! Где секторы существуют в виде шара - разом и где, как бы далеки они друг от друга ни были, всегда возможен непосредственный переход из одного в другой через центр шара. Но увы... Книжки не пишутся шарами...Нужны, стало быть, паллиативы. И первому условию пришлось удовлетворить, развернув шар на плоскость и даже далее - в линию: очерки пришлось представить как якобы вытекающие друг из друга, хотя все они единобытны»¹⁰. Таким образом, уже в 1930-е годы возникает необходимость появления многомерной книги, которая смогла появиться лишь с появлением мультимедийных технологий.

Мультимедийные технологии недостаточно освоены книжной индустрией, в результате чего она проигрывает музейной практике. Это объясняется более поздним осознанием необходимости таких технологий для существования книги в постиндустриальном обществе, и поскольку ситуация на рынке бумажной и электронной книги осложняется, можно спрогнозировать ускоренный процесс освоения этих технологий и попытку «догнать» ситуацию, упущенную на старте. В этом заключается основная **гипотеза** исследования.

В ходе работы были применены следующие **теоретические методы** исследования: историко-генетический анализ, структурно-функциональный анализ, структурно-динамический анализ,

¹⁰ Эйзенштейн С.М. Монтаж. - М.: Музей кино, 2000. - С. 475.

сравнительный анализ. В качестве эмпирических методов использовался анализ вторичных данных и исследовательские интервью.

Теоретическая значимость исследования состоит в том, что оно может быть одним из первых исследований, посвященных данной проблеме.

Практическая значимость исследования заключается в том, что на основе результатов исследования можно будет разработать сайт или другой интернет-ресурс для авторов, которые задумываются об интерактивности, но либо не знают, с чего начать, либо не имеют достаточного представления о возможности использования мультимедийных технологий для презентации как бумажных, так и электронных книг.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, четырех глав, заключения, библиографического списка и приложений, в которых будут представлены интервью с участниками экспертного опроса. Первая глава носит преимущественно теоретический характер и посвящена трактовке мультимедийных технологий в гуманитарной сфере и изучению книги в цифровую эпоху. Вторая глава, посвящена способам презентации книг, как бумажных, так и электронных. Третья глава, практическая, описывает взаимосвязь мультимедийных технологий и книги, специфику влияния мультимедийных технологий на способы презентации книг.

ГЛАВА 1. РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИА И МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ КНИГОИЗДАНИЯ

1.1. Краткая история развития мультимедиа

Впервые термин «мультимедиа» был применен в 1965 году для описания театрализованного шоу Боба Гольштейна, «которое включало в себя музыку, световое оформление, кино»¹¹. Уже тогда латинизм, который происходит от «латинских слов *multum* (много) и *media, medium* (средоточие, средство, способ)¹², означающий дословно «многие среды»¹³, показался наиболее уместным для обозначения нового явления. Вокруг этого термина ведутся споры, поскольку он может означать различные явления, причем в различных сферах жизни, не говоря уже о том, что некоторые специалисты полагают, что это и вовсе «туманный термин, не переводящийся на нормальный язык»¹⁴. Такой термин существует и в компьютерной среде, и в искусстве, и в среде журналистики.

Существует множество определений термина «мультимедиа». Под «мультимедиа» могут пониматься и различные программы, и компьютерное оснащение («наличие в компьютере CD-ROM/DVD-Drive - специального устройства для CD и DVD-продукции, звуковой и видеоплат, с помощью которой возможно воспроизведение звуковой и видеоинформации; наличие соответствующего объема памяти компьютера, разрешающая способность монитора и некоторые другие параметры»)¹⁵, и отрасль (целая отрасль, включающая комплекс средств аудио, видео, графических, мультипликационных и других видов СМК;

¹¹ Индикаторы. Факты // Медиатренды. 2011. 25 фев. Ст. 19. – С. 3.

¹² Шлыкова О.В. Культура мультимедиа. - М.: 2004. - С. 8.

¹³ Там же.

¹⁴ Основные понятия и определения прикладной интернетики // Интернетика URL: <http://perfekt.ru/dict/netica.html> (дата обращения: 11.02.2014).

¹⁵ Шлыкова О.В. Культура мультимедиа. - М.: 2004. - С. 9.

сюда относятся и спецэффекты кино, компьютерные игры, видеоклипы, CD-ROMы, DVD и т.д.)¹⁶. Но это далеко не единственное определение. Нельзя сказать, что является причиной отсутствия единого и общепризнанного определения: новизна направления или появление большого количества омонимичных терминов. Некоторые исследователи отмечают, что существует как минимум «три различных понимания термина “мультимедиа”»¹⁷.

Во-первых, «мультимедиа как идея», это «форма художественного творчества новыми средствами»¹⁸.

Во-вторых, это «программно-аппаратное обеспечение, которое позволяет работать с данными разной природы»¹⁹.

Очевидно, что мультимедиа-идея, реализованная с помощью мультимедиа-оборудования, дает мультимедиа-продукт – третье из возможных определений: некий компьютерный продукт, составленный из данных всевозможных типов²⁰.

Под мультимедиа может пониматься как нечто конкретное («компьютерная система, включающая в себя текстовые, аудио (звуковые) и видео (видовые) компоненты, при этом пользователь может вступать с ней в своеобразный контакт, задавая вопросы, контролируя или принимая непосредственное участие в том, что происходит на экране»²¹), так и нечто абстрактное - («взаимодействие визуальных и аудио эффектов под управлением интерактивного обеспечения. Обычно означает сочетание текста, звука и графики, а в последнее время все чаще

¹⁶ Кириллова Н.Б. Медиакультура: теория, история, практика: учебное пособие. – М.: Академический Проект; Культура, 2008. – С.460.

¹⁷ Крапивенко А.В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений: учебное пособие. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – С. 8.

¹⁸ Шлыкова О.В. Культура мультимедиа. - М.: 2004. - С. 9.

¹⁹ Крапивенко А.В. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений: учебное пособие. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2012. – С. 9.

²⁰ Указ. соч. – С. 9.

²¹ Мультимедиа // Научно-технический энциклопедический словарь URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ntes/2916/%D0%9C%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%98%D0%9C%D0%95%D0%94%D0%98%D0%90> (дата обращения: 11.02.2014).

- анимации и видео. Характерная, если не определяющая, особенность мультимедийных веб-узлов и компакт-дисков - гиперссылки»²².

Поскольку мультимедиа является комплексным явлением, проникшим в различные сферы и прочно в них закрепившимся, нельзя его рассматривать исключительно с технологической точки зрения. В данной работе, как было сказано, мы не будем опираться на сугубо технические определения. Среди прочих нами было выбрано наиболее подходящее определение: мультимедиа - это особый вид компьютерной технологии, объединяющий в себе как традиционную статическую (текст, графику), так и динамическую информацию (речь, музыку, видеофрагменты, анимацию и т.д.), при этом в реальных мультимедиа из существующих мультимедийных форматов присутствует не менее трех, которые дополняют друг друга, но не дублируют.

Отличительной особенностью мультимедиа является сочетание различных носителей информации: текст, видео, фото, графика, анимация, звук. Таким образом, можно сказать, что мультимедийные технологии - это совокупность компьютерных технологий, в которых одновременно применяются разные виды информация: текст, звук, фото, видео и анимация.

В развитии мультимедиа можно выделить несколько этапов.

В 1984 году было разработано приложение HyperCard 1.0, в котором были применены статичные изображения и проигрыватели лазерных видеодисков. Оно и стало первой мультимедийной программой.

1.2. Мультимедийные технологии

При создании конечного мультимедиа-продукта используются различные виды современных коммуникаций, такие как аудио, видео, изображение, графика, текст и т.д.

²² Основные понятия и определения прикладной интернетики // Интернетика URL: <http://perfekt.ru/dict/netica.html> (дата обращения: 11.02.2014).

В атомно-молекулярной теории мультимедиа, которая сосредоточена на производстве информации в мультимедийной журналистике, выделяются так называемые «инфомолекулы», использующиеся при создании мультимедийного продукта:

- Статичная иллюстрация;
- Фотогалереи;
- Слайд-шоу;
- Карикатура;
- Подкаст – звуковой файл, передача, законченный сюжет; как правило, выложенный в Интернете <...> начитанный текст сообщений²³;
- Аудиоиллюстрация;
- Аудиоверсия текста – начитанный диктором или электронным диктором текст сообщения²⁴;
- Аудиосюжет;
- Видеоиллюстрация – фрагмент видео, имеющий отношение к определенной части текста, инфографики или мультимедийной статьи²⁵;
- Видеосюжет;
- Аудиослайд-шоу – один из вариантов синтеза картинки и звука: фотографии и начитанный текст²⁶;
- Мультискрипт (interactive video)– новый формат подачи информации, который упрощает навигацию по видеоматериалам большого объема²⁷;

²³ Лосева Н. Конвергенция и жанры мультимедиа //Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А.Г. Качкаевой. – М.:, 2010. – С. 133.

²⁴ Там же. – С. 134.

²⁵ Там же. – С. 134

²⁶ Там же. – С. 141.

²⁷ Там же. – С. 139.

- Инфографика;
- Интерактивный инфотейнмент и т.д.

Из списка «инфомолекул» были сознательно исключены все, которые напрямую связаны с журналистикой, поскольку мультимедийные технологии применяются не только в этой сфере. Отдельно от этого списка идут гипертекст, гиперфото и гипервидео.

Представленные «инфомолекулы» можно классифицировать, создав пять групп:

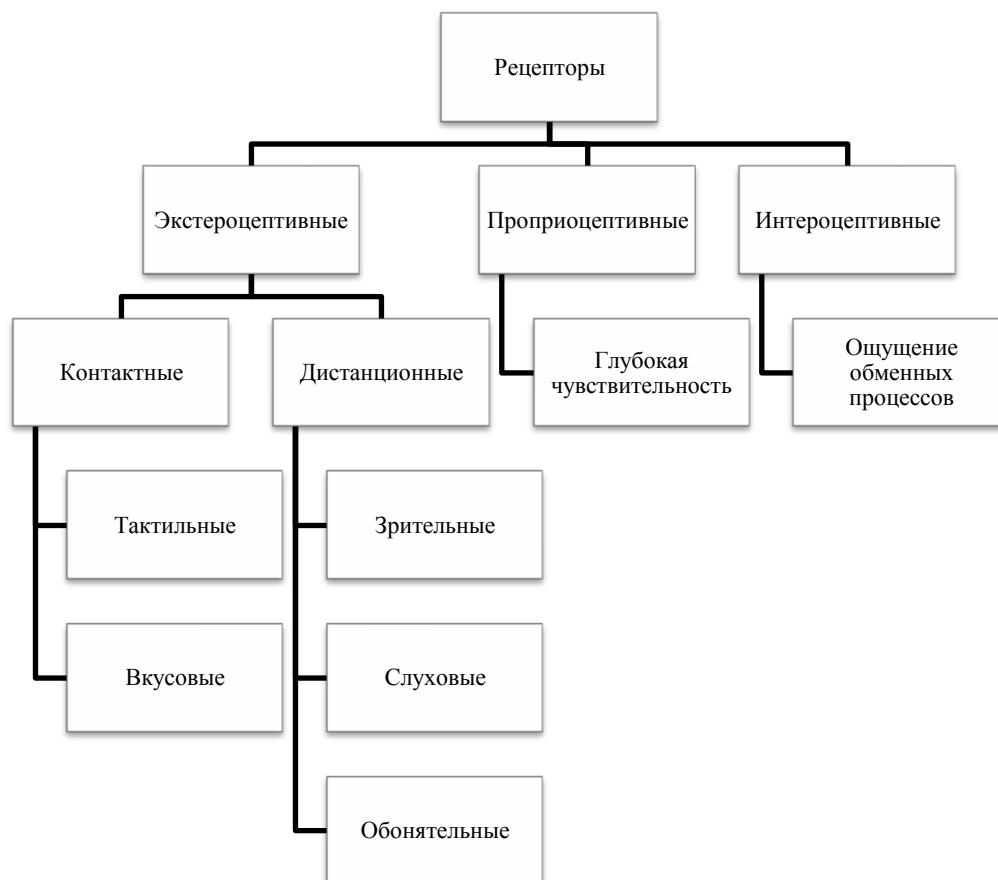
- Изображение: статичная иллюстрация, фотогалерея, карикатура, слайд-шоу, инфографика, гиперфото;
- Аудио: аудиоиллюстрация, аудиOVERсия текста, аудиосюжет, аудиослайд-шоу;
- Видео: подкаст, видеоиллюстрация, мультискрипт, видеосюжет, гипервидео;
- Текст: гипертекст;
- Интерактив: интерактивный инфотейнмент.

Различные элементы мультимедиа затрагивают разные рецепторы. Существуют различные «типы мультимедиа-данных изображаются звуками, последовательностями видеокадров, статичными изображениями, вкусовыми, обонятельными и тактильными сигналами – любимыми сигналами (сообщениями), предназначенными для воздействия на органы чувств человека»²⁸.

Психологические особенности восприятия информации повлияли на то, что мультимедиа-сообщения интерпретируются пользователем одновременно по нескольким каналам. Существует несколько классификаций человеческих ощущений. Например, классификация по анатомическому расположению рецепторов физиолога Ч. Шеррингтона:

²⁸ Крапивенко А. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений. М.: Бином. Лаборатория знаний, 2009.

Рис.1



К мультимедийным технологиям, воздействующим на слуховые рецепторы, относится группа аудио, на зрительные рецепторы, относятся группы изображения, текста и частично видео, поскольку воздействует и на слуховые тоже.

Существует классификация мультимедиа-оборудования по воздействию на разные группы рецепторов.

Табл. 1

Чувство	Мультимедиа-оборудование	
	Узкоспециальное	Универсальное
Экстерорецепторы дистанционные		
Зрение	Проекционные экраны различных типов, плазменные, CRT и LCD дисплеи; осветительные	

	устройства компьютерным управлением; стереочки, стереопректоры	Устройства виртуальной реальности (шлемы, костюмы, студии)
Слух	Мембранные динамики; струнные, духовые, ударные и прочие музыкальные инструменты компьютерным управлением	
Обоняние	Игровые приставки с генератором запахов; принтеры с ароматическими чернилами; синтезатор запахов iSmell	
Экстерорецепторы контактные		
Осязание	Манипуляторы с обратной связью; киберперчатки; шоковые жилеты	
Вкус	Устройство «печати» вкусов на вафельной подложке Scent Dome	

Как было сказано ранее, в полноценном мультимедийном продукте должно использоваться как минимум три элемента, которые дополняют друг друга, но не дублируют. На основании этого были отобраны конечные мультимедийные продукты, которые используются при презентации электронных и бумажных книг. К ним относятся:

- буктрейлер,
- все виды интерактивной книги: книга-игра, книга-игрушка, книга-приложение и книга с выходом,
- презентация книги на экране (телевизионные передачи, посвященные обсуждению художественных произведений и пр.),
- реклама книг и чтения как поведения,
- другое.

1.3. Книга в цифровую эпоху

В 1455 году Иоганн Гутенберг впервые применил для печати книги типографский станок. На протяжении веков печатная книга была единственной формой существования книги, пока не наступил XX век с его нововведениями. В 1971 году был запущен проект «Гутенберг», в рамках которого впервые была сделана электронная копия Декларации Независимости США, которая стала «первым оцифрованным изданием в мире и <...> опубликованным в Интернете»²⁹.

Спустя двадцать лет, в 1990 году, который был провозглашен «Международным годом литературы», произошел всплеск спроса на электронные книги и их предложения в различных форматах, таких как TXT, Mobi, DOC, etc. Тогда же, в девяностые годы авторы и издатели стали продавать свои книги через Интернет, среди которых был и Стивен Кинг.

В 1998 году появляются первые устройства для чтения электронных книг, так называемые ридеры (или, более разговорно, "читалки"). К 2004 году была разработана "электронная бумага", особые свойства которой позволили устройствам дольше держать заряд аккумулятора.

В числе достоинств электронных книг эксперты отметили малый вес, возможность хранить большое количество книг на одном устройстве, возможность изменять размер и шрифт, навигация по тексту и использование гипертекста, легкость доступа к книгам, а также экологичность устройства: сохранение лесов, которые могли бы быть вырублены при производстве печатных книг. Среди недостатков: хрупкость устройства, высокая стоимость, постоянная необходимость в подзарядке, а также тот факт, что далеко не все книги переведены в

²⁹ Цифровой паблишинг: краткая история. От проекта «Гутенберг» до мобильных решений // IBusiness URL: http://ibusiness.ru/blog/tsifrovoy_pabliushing/29459 (дата обращения: 11.02.2014).

электронный формат.

В Всемирный день книги и чтения, 23 апреля 2014 года, вышла книга "Чтение в эпоху мобильной связи", в основе которой " лежит исследование, посвященное устройствам мобильной связи и их роли в содействии чтению, в частности в тех регионах мира, где далеко не у всех есть возможность приобрести печатные издания" даст ответ на многие вопросы.

Через год после начала цифровой эпохи, в 2003 году впервые была представлена электронная бумага, созданная по технологии ePaper, вслед за которой были представлены первые электронные книги.

Термин «электронная книга» достаточно сложен для определения, поскольку под ним может пониматься как цифровой формат произведения, так и устройство, предназначенное для чтения различных форматов.

Существует несколько подходов к определению понятия «электронная книга». Рассмотрим три основных: электронная книга как устройство, электронная книга как документ и электронная книга как мобильное приложение для чтения книг в электронном формате.

Электронная книга как устройство представляет собой разновидность планшетного компьютера, предназначенный только для чтения книг в цифровом формате, т.е. электронных книг (точнее будет, электронных текстов или электронных документов). Чтобы не путаться в омонимичных терминах в данной исследовательской работе электронная книга как устройство будет именоваться «ридер».

Электронная книга как документ (или как текст) это оцифрованная версия печатной книги, представленная в различных форматах. Форматы электронных документов несут в себе разные способы представления информации. Их можно сгруппировать следующим образом:

- текстовые;

- графические;
- мультимедиа;
- мобильные приложения.

Например, электронные документы в формате plain text (.txt) представляют собой простой массив текста, организованный в виде строк, без возможности включения в него изображений.

Следующий формат — HTML — позволяет пользоваться гипертекстом внутри текстового документа.

Формат Electronic Publication был разработан Международным форумом по цифровым публикациям в 2007 году специально для чтения цифровых книг на разных устройствах.

Формат FictionBook (fb2) был разработан инициативной группой российских программистов, Дмитрием Грибовым и Михаилом Мацневым, специально для чтения художественных текстов: «графика, метаданные, текст сносок и аннотация - все хранится в виде единого XML-документа, что существенно упрощает администрирование, распределенную обработку и репликацию. В художественной литературе используется ограниченный набор элементов - стихи, аннотация, жирный/наклонный, иллюстрации, эпиграф, сноски»³⁰.

Формат TeX был разработан специально для создания компьютерной типографии. Он считается одним из лучших форматов для передачи математических формул.

Формат PDF — это формат, предназначенный для просмотра и создания электронных документов с внедрением в них текста с использованием различных шрифтов, векторные и растровые изображения, сценарии на языке JavaScript, 3D-графику и пр.

³⁰ Грибов Д.Н. FictionBook - библиотека и формат на основе XML. Краткая характеристика формата и обзор библиотеки на его основе // Электронные библиотеки. Российский научный электронный журнал URL: <http://www.elbib.ru/index.phtml?page=elbib/rus/journal/2004/part1/gribov> (дата обращения: 21.04.14).

Теперь перейдем к графическим форматам электронных книг. Книгу можно перевести в цифровой формат несколькими способами: либо с помощью текста (т.е. переводя содержание книги в электронный текстовый документ), либо с помощью изображения (представляя информацию в книге в виде изображений, например, фотографии или сканы страниц). Если книга оцифровывается вторым способом, то ее дальнейший формат будет графическим. Наиболее распространенным графическим форматом электронных документов является формат Djvu. Сканированные документы сжимаются с потерей данных. Этот формат является оптимальным в том случае, когда оформление книги представляет собой особую ценность, когда нужно показать не столько ее содержание, сколько какие-то дефекты времени или особенности ее верстки.

Также к графическим форматам электронных книг относятся форматы TIFF и JPEG.

Мультимедиа форматы электронных книг представляют наибольший интерес для данного исследования. К ним относятся следующие форматы: SWF и EXE.

Обычно в формате SWF создают небольшие мультфильмы или видеоролики. В книги, созданные в этом формате, можно включать не только текст и изображения, как векторные, так и растровые, но и звуковые файлы, а также создавать интерактивные интерфейсы с возможностью навигации по документу.

Книга в формате EXE это «сайт со страницами, ссылками и навигацией, скомпилированный при помощи специальной программы в файл с расширением *exe*»³¹.

³¹ Как создать электронную книгу в форматах pdf и exe? // Commerinfo URL: <http://commerinfo.ru/infobiznes/kak-sozdat-elektronnuyu-knigu-formatah-pdf-exe.html> (дата обращения: 21.04.14).

Табл.2

	Текст	Изображение	Аудио	Видео	Интерактив
TXT	+	-	-	-	-
HTML	+	-	-	-	-
EPUB	+	-	-	-	-
FB2	+	+	-	-	+
PDF	+	+	-	-	+
SWF	+	+	+	+	+
EXE	+	+	+	+	+
TIFF	-	+	-	-	-
JPG	-	+	-	-	-

Появление на рынке в 2010 такого планшетного компьютера как iPad от компании Apple, произвело очередную революцию не только в цифровой среде в целом, но и в книгоиздании в частности. Людей стали привлекать такие формы представления информации как мобильные приложения, которые позволяли использовать при создании книг не только текст и графические изображения, но и видео, и аудио, и различный интерактив. «Создание такого приложения - довольно трудоемкий и дорогостоящий для издателей процесс»³², но это не единственная проблема: перед писателями была поставлена новая задача - для интерактивных книг нужно научиться писать интерактивно, чтобы был достигнут баланс смысла и технологий, а также, чтобы информация не дублировалась различными форматами, а взаимодополнялась.

По данным статистики Российской книжной палаты, «общее количество выпущенных за прошлый год книг и брошюр составило 120 512 наименований, что на 3,1% больше, чем в 2012 году»³³, что свидетельствует о том, что выпуск книг в 2013 году остался на том же уровне, что и в 2012 году. Несмотря на активное развитие цифрового

³² Там же.

³³ Статистические данные 2013 // Российская книжная палата URL: http://www.bookchamber.ru/content/stat/stat_2013.html (дата обращения: 11.02.2014).

книгоиздательства, оно не вытеснило окончательно бумажные книги, хотя «издательский бизнес стал не столько цифровым (прогнозируется, что 50% от всего тиража журналов и газет будет цифровыми к концу 2015 года), но он становится еще и мобильным (половина владельцев планшетов предпочитают читать новости, журналы и книги в цифровом формате, а не на бумаге)»³⁴. Поскольку книгоиздательский бизнес развивается параллельно с изданием газет и журналов, а также с музейными практиками, можно принимать во внимание как опыт, так и прогнозы, существующие в контексте данных отраслей.

Существуют практики одновременной продажи как печатного экземпляра той или иной книги, так и за ее электронную копию - и читатели готовы за них платить: «людей, которые покупают и электронные, и бумажные книги, стало чуть больше, а тех, кто берет только электронные, чуть меньше»³⁵.

Переход печатного контента в цифровой, создание электронных книг, которых можно считать уникальным и самостоятельным мультимедийным продуктом, может быть обусловлен следующими причинами. Во-первых, большое количество визуальной информации позволяет лучше воспринимать информацию: «компактность подачи и использование различных медиа форматов - текста, графики, видео, аудио, анимации, а также виджетов взаимодействия с контентом, позволяют захватить больше внимания аудитории»³⁶. Во-вторых, цифровые публикации, в том числе и электронные книги, например, представленные в виде мобильных интерактивных приложений, не

³⁴ Цифровой паблишинг: краткая история. От проекта «Гутенберг» до мобильных решений // IBusiness URL: http://ibusiness.ru/blog/tsifrovoy_pablising/29459 (дата обращения: 11.02.2014).

³⁵ Trend Locator. Как бумажные книги бьют электронные // Slon.ru URL: <http://slon.ru/biz/1017172> (дата обращения: 11.02.2014).

³⁶ Почему печатный контент переходит в DIGITAL? // Izdai24.ru URL: <http://www.izdai24.com/novosti/298-likbez-dlja-izdatelja-delajuschego-pervye-shagi-v-digital-chast1.html> (дата обращения: 11.02.2014).

только «обеспечивают двухканальную коммуникацию с аудиторией», в результате которой «издатель получает мгновенный отклик на публикуемый контент, а читатель - возможность комментировать, поделиться, задать вопрос и т.д.»³⁷, но и позволяют анализировать поведение читателя.

1.4. Способы презентации книги и мультимедийные технологии

Как уже было сказано, нас интересует влияние мультимедийных технологий следующие способы презентации книг:

- буктрейлер,
- различные виды интерактивной книги,
- презентация книги на экране,
- реклама книг и чтения как поведения.

Буктрейлеры появились одновременно с началом цифровой эпохи - в 2002 году. Первые ролики были слишком затянутыми, в них было недостаточно действия. Будучи молодым направлением, в отличие от трейлеров к фильмам, буктрейлеры не обрели еще свои каноны и законы, "диктуемые содержанием фильма и маркетологами" (Оборин). Впервые такое явление как буктрейлер появилось в России в 2011 году, когда "издательство "Азбука" выпустило первый профессиональный видеоролик к роману Алексея Маврина "Псоглавцы" (Щербинина). В Европе уже давно "редкая рекламная компания обходится без буктрейлеров" (Оборин).

Существуют различные классификации буктрейлеров.

По содержанию можно выделить три типа буктрейлеров:

- 1) повествовательные (презентующие эпическую сторону, основу сюжета произведения);
- 2) атмосферные (передающие основные настроения книги и ожидаемые эмоции читателей);

³⁷ Там же.

3) концептуальные (транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста)³⁸;

Однако нас больше интересует классификация буктрейлеров по способу визуального воплощения текста:

1) игровые (мини-фильм по книге);

2) неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, тематическими рисунками, фотографиями и т.п.);

3) анимационные (мультфильм по книге)³⁹.

Также могут комбинироваться различные виды буктрейлеров.

Помимо любителей, которые создают буктрейлеры в рамках проекта "Всероссийский конкурс буктрейлеров", созданием роликов, основной целью которых является стимулирование интереса читателей к книжным новинкам, занимается и ряд издательств: "издательская группа "Азбука-Аттикус", издательства "Эксмо", "Ад Маргинем", "Снежный ком", "Рипол-Классик", "НЛО"⁴⁰.

В рамках изучения данного явления запланировано экспертное интервью с организатором проекта Александриной Маркво.

Буктрейлер - ролик-миниатюра, тизер, который включает в себя самые яркие и узнаваемые моменты книги, визуализирует ее содержание (ссылка на сайт Конкурса).

Говоря об интерактивных книгах, следует помнить, что нас интересуют только те способы их презентации, в которых используются цифровые технологии, поскольку на рынке существуют книги, которые можно считать интерактивными, несмотря на то, что в них не используются мультимедиа-технологии, например, "Живая книга" Эрве Тюлле. Это бумажная книга, которая вступает с читателем во

³⁸ Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. - 2013. - №3.

³⁹ Там же.

⁴⁰ Там же.

взаимодействие практически как книга-приложение для мобильных устройств.

Термин "интерактивность" существует и в социологической среде, и в среде культурологов, а также в музейной сфере. Поскольку в основной гипотезе было сказано, что книжная индустрия проигрывает музейной практике из-за того, что еще недостаточно освоила мультимедийные технологии, определение термина "интерактивность" в контексте музейной педагогики является наиболее подходящим: интерактивность - в условиях музея - метод, дающий возможность посетителю и музейному педагогу включиться в продуктивный диалог с музейной средой, в которой, помимо экспозиции, могут быть созданы специальные зоны, насыщенные разного рода музейными предметами либо их моделями, позволяющий активизировать визуальный, тактильный и вербальный каналы восприятия (ссылка на словарь музейно-педагогических терминов).

Таким образом, интерактивность в контексте книжной индустрии может означать метод, дающий возможность читателю включиться в диалог с автором через его произведение с помощью различных технологий, позволяющих активизировать визуальный, тактильный, вербальный и аудиальный каналы восприятия. Поскольку нас интересуют только интерактивные книги, созданные с помощью цифровых технологий, тактильный канал восприятия мы не рассматриваем.

К интерактивным книгам относятся: книга-игра, книга-игрушка, книга с выходом и книга-приложение. В рамках данного исследования предполагается подробно проанализировать эти виды интерактивных книг на предмет использования мультимедиа-технологий.

Книга - статичный объект, и для ее презентации через электронные медиа требуется гораздо больше усилий. Особенно сложно говорить о книгах и представлять книгу на телевидении. К основным

мультимедийным способам презентации книги на телевидении относятся ток-шоу, в которых обсуждается литературное произведение. Исходя из рабочего определения мультимедиа, мы не будем в рамках данного исследования рассматривать такие способы презентации книг как экранизация и анимационные фильмы, промотирующие как книги так и чтение как поведение, поскольку в них используется, в основном, лишь два мультимедийных формата - это видео и аудио (экранизация) и анимация и аудио (мультфильмы). Мультимедийным же продукт считается тогда, когда при его создании было использовано не менее трех мультимедийных форматов, которые дополняют друг друга. Мультимедийные форматы, которые применяются при создании литературного ток-шоу, представляют наибольший интерес при анализе способов презентации книг в электронных медиа.

ГЛАВА 2. СПОСОБЫ ПРЕЗЕНТАЦИИ КНИГ

2.1. Способы презентации бумажных книг

Говоря о книгах, нельзя не использовать точного определения: «один из основных видов полиграфической продукции, непериодическое издание в виде сброшюрованных в определенном порядке бумажных листов или тетрадей с отпечатанной на них текстовой, графической, иллюстрационной информацией объемом более 48 с., как правило, в переплете (твердой обложке)»⁴¹.

На протяжении веков было испробовано множество различных способов презентации книг, чтобы заинтересовать человека в чтении. Например, создавались книги необычных форм, среди которых были круглые книги («в Парижской национальной библиотеке хранится рукописный Часовник, который датируют XIII веком, 243 пергаментных листа которого имеют конфигурацию круга с диаметром 167 мм»⁴²), книги в форме сердца или лилии, книги-конверты («переплет ее обычно изготавливали из прочного пергамена, нижняя крышка имела клапан, как у конверта, который заворачивался на верхнюю крышку и крепился к ней с помощью медной застежки»⁴³), книги в виде скрипки, книги-маяки, книги-кошки, книги-автобусы с подвижными колесами, которые можно двигать и т.д. преимущественно детские книги выпускали необычных форм, чтобы в них сочетались свойства и книги, и игрушки. Так появился гибрид, получивший название книга-игрушка.

Книжка-игрушка – это «издание, имеющее необычную конструктивную форму, предназначенное для умственного и

⁴¹ Стефанов С.И. Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника.— М.: Гелла-принт, 2004. — С.158.

⁴² Немировский Е.Л. Большая книга о книге: Справочно-энциклопедическое издание. – М.: Время, 2010.- С.801.

⁴³ Указ.соч. - С.802.

эстетического развития детей» (ссылка на ГОСТ). Существует несколько разновидностей книжек-игрушек:

- а) книжка-ширмочка,
- б) книжка-гармошка,
- в) книжка-вертушка,
- г) книжка с игровым замыслом,
- д) книжка-панорама,
- е) книжка-затея,
- ж) книжка-фигура,
- з) книжка-поделка.

Помимо книжек-игрушек существуют еще книги-игры – это «это литературное произведение, в котором весь текст разбит на смысловые отрезки из которых и складывается геймплей (законченный сюжет). Смысл заключается в том, что игрок каждый раз составляет отрезки разными способами и, соответственно, сюжет каждый раз получается разным»⁴⁴. Впервые книги-игры появляются в 1950-е гг., а их прообраз можно найти среди произведений Хорхе Луиса Борхеса, например, «Сад расходящихся тропок» и пр.

С внедрением мультимедийных технологий в различные сферы человеческой жизни, стали появляться новые способы презентации бумажных книг. В данной главе будут рассмотрены некоторые способы презентации бумажных книг с использованием мультимедийных технологий. Нами были отобраны три способа. К ним относятся:

1. Создание буктрейлеров.
2. Интерактивные бумажные книги (поскольку интерактив является важной составляющей мультимедийных продуктов).
3. Презентация книги на телеэкране.

⁴⁴ Что такое книга-игра? // Книга-игра URL: <http://bookalive.ru/> (дата обращения: 17.05.2014).

2.1.1. Буктрейлер как мультимедийный продукт

Буктрейлеры (от англ. Book trailer – книжный трейлер, трейлер по книгам) появились одновременно с началом цифровой эпохи - в 2002 году.

Существует несколько определений буктрейлеров. Поскольку явление новое, устоявшихся дефиниций еще нет. Л.В. Зимина выделяет три возможных определения буктрейлера: «*Буктрейлер* – медиаконвергентный⁸ жанр, в котором смешиваются различные виды и формы представления информации, заимствованные из индустрии культуры и развлечения: кинематографа, анимации, рекламы, искусства фотографии, книжного дела. *Буктрейлер* – метажанр, поскольку вторичен по отношению к книге и отсылает к различным слоям и уровням опубликованного произведения и книги в целом, интерпретируя в свернутом виде содержание и форму книги. И наконец, *буктрейлер* – интерсемиотическая (или медиаконвергентная) интерпретация содержания и формы книги, свернутая до короткого видеоролика (клипа) и адресованная потенциальной читательской аудитории с целью стимулирования книжных продаж»⁴⁵.

Первым буктрейлером стал ролик к роману Кристин Фихан «Темная симфония», после которого резко возрос интерес к созданию видеороликов по литературным произведениям. Однако лишь в 2005 году, с появлением социальных сетей и видеохостингов, создание буктрейлеров становится наиболее популярным. Первые ролики были слишком затянутыми, в них было недостаточно действия. Будучи молодым направлением, в отличие от трейлеров к фильмам, буктрейлеры не обрели еще свои каноны и законы, «диктуемые содержанием фильма и

⁴⁵ Зимина Л.В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. - 2012. - №2. - С. 173.

маркетологами»⁴⁶.

Впервые в России такое явление как буктрейлер появилось в 2011 году, когда «издательство “Азбука” выпустило первый профессиональный видеоролик к роману Алексея Маврина “Псоглавцы”»⁴⁷, несмотря на то, что в Европе уже давно «редкая рекламная компания обходится без буктрейлеров»⁴⁸.

За последнее время был проведен ряд конкурсов, связанных с буктрейлерами. Например, в 2011 году Алтайская краевая библиотека проводила конкурс «Сними книгу!», в котором буктрейлеры понимались как «краткие видеоролики на тему чтения»⁴⁹. Этот конкурс проводится до сих пор. В том же году Вологодская областная юношеская библиотека проводила конкурс «Книга в кадре». Несколько издательство также организуют конкурсы буктрейлеров, например «Дрофа» с сентября 2013 по май 2014 проводит конкурс «Лучший буктрейлер издательства» в различных номинациях, от учебно-методических пособий до литературно-художественных серий издательства.

Аналогичный конкурс проводят ресурс Read.ru и издательство «АСТ». На сайте издательства «Эксмо» размещены буктрейлеры к различным книгам.

Однако ключевой конкурс - это совместный проект Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям и креативного агентства Вуго17 - «Всероссийский конкурс-парад буктрейлеров», организатором которого является глава продюсерской компании Вуго 17 Александрина

⁴⁶ Оборин Л. Скоро на полках! Способны ли трейлеры сделать для книжного рынка то же, что для индустрии кино? // OpenSpace.ru.Архив URL: <http://os.colta.ru/literature/projects/122/details/17834/> (дата обращения: 04.05.2014).

⁴⁷ Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. - 2013. - №3.

⁴⁸ Оборин Л. Скоро на полках! Способны ли трейлеры сделать для книжного рынка то же, что для индустрии кино? // OpenSpace.ru.Архив URL: <http://os.colta.ru/literature/projects/122/details/17834/> (дата обращения: 04.05.2014).

⁴⁹ Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. - 2013. - №3.

Маркво. Говоря о конкурсе, она отмечает, что его «цель - открыть людям новый вид искусства, который совмещает в себе все признаки нового времени: модные гаджеты, кино, рекламу, интернет и, конечно, книги. С помощью буктрейлеров можно разбудить интерес к книге тех, кто не читает сейчас, те же, кто не мыслит свою жизнь без книг, найдет новый способ самовыражения и получит новую информацию о них»⁵⁰.

Буктрейлеры, которые участвуют в этом конкурсе, это короткие (до двух минут) «ролики-миниатюры, тизеры (teaser), которые включают в себя самые яркие и узнаваемые моменты книги, визуализирует ее содержание»⁵¹.

В 2012 году на конкурс было прислано более трехсот работ, в то время как в 2013 году – уже 428 видеороликов.

Помимо любителей, которые создают буктрейлеры в рамках проекта «Всероссийский конкурс буктрейлеров», созданием роликов, основной целью которых является стимулирование интереса читателей к книжным новинкам, занимается и ряд издательств: «издательская группа “Азбука-Аттикус”, издательства “Эксмо”, “Ад Маргинем”, “Снежный ком”, “Рипол-Классик”, “НЛО”»⁵².

Исследователи полагают, что «уровень трейлеров растет, и постепенно из сугубо прикладного это явление превращается в нечто самоценное»⁵³. Их можно воспринимать по-разному: и как новый способ маркетинга в книгоиздательском бизнесе, и как новый способ визуализации текстового материала, и как способ презентации книги.

Существуют различные классификации буктрейлеров. Юлия

⁵⁰ Стартовал новый сезон конкурса буктрейлеров // Pro-books. Профессионально о книгах URL: <http://www.pro-books.ru/news/4/13135> (дата обращения: 04.05.2014).

⁵¹ Буктрейлер // О проекте / Буктрейлеры URL: <http://www.booktrailers.ru/about/> (дата обращения: 04.05.2014).

⁵² Там же.

⁵³ Кузьмичев И. Буктрейлеры дают шанс бумажным вариантам // FirstNews URL: <http://www.firstnews.ru/articles/id357598-Buktreylery-dayut-shans-bumazhnym-varian/> (дата обращения: 04.05.2014).

Щербинина выделяет классификацию по содержанию и по способам визуального воплощения текста.

По содержанию можно выделить три типа буктрейлеров:

1. Повествовательные (презентующие эпическую сторону, основу сюжета произведения);
2. Атмосферные (передающие основные настроения книги и ожидаемые эмоции читателей);
3. Концептуальные (транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста)⁵⁴;

Однако нас больше интересует классификация буктрейлеров по способу визуального воплощения текста:

1. Игровые (мини-фильм по книге);
2. Неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, тематическими рисунками, фотографиями и т.п.);
3. Анимационные (мультфильм по книге)⁵⁵.

Также могут комбинироваться различные виды буктрейлеров.

Среди работ, поданных на «Всероссийский конкурс-парад буктрейлеров», можно увидеть и мини-постановочные фильмы, и простые статичные иллюстрации, организованные в слайд-шоу, и анимационные фильмы, и по-новому смонтированные трейлеры к экранизациям, интервью с автором и т.д.

Буктрейлер можно считать мультимедийным продуктом, поскольку при его создании используются различные элементы. Это видеоролик, составными частями которого могут быть текст, как озвученный, так и появляющийся на экране в форме цитат и реплик, изображения, видео- и аудиоматериалы. В нем объединены литература и

⁵⁴ Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. - 2013. - №3.

⁵⁵ Там же.

визуальное искусство.

Нельзя не отметить, что буктрейлер – это в первую очередь, промо-ролик, предназначенный для рекламирования либо конкретной книги, либо для промотирования чтения как поведения. Поскольку хронометраж буктрейлера, как правило, не превышает нескольких минут, при его создании используется клиповый монтаж.

2.1.2. Интерактивные бумажные книги

Мультимедийные технологии используются и при создании бумажных книг. Например, в 2009 году впервые была применена уникальная технология «Video-in-Print», позволяющая включать в печатный текст видео. Тонкие жидкокристаллические дисплеи диагональю от 6 до 10 сантиметров и разрешением 320 на 240 пикселей, которые активируются при открытии соответствующей страницы, были впервые внедрены на страницы журнала «Entertainment Weekly». Отличительной особенностью данного устройства является то, что его можно использовать не один раз: аккумулятор, оснащенный разъемом mini-USB для многократной перезарядки, позволяет воспроизводить видео в течение 40-60 минут.

В России первым журналом, который применил технологию «Video-in-Print», стал декабрьский номер русского Vogue за 2010 год. В бумажный журнал был помещен рекламный видеоролик бренда Martini с Моникой Белуччи, который проигрывался на самом крупном на тот момент дисплее диагональю 4,1 дюйма. Ранее в печатных изданиях использовались дисплеи меньших диагоналей. «Рост популярности сетевых средств массовой информации приводит к тому, что тиражи бумажных СМИ падают, реклама становится менее эффективной, и рекламодатели отдают заказы в электронные СМИ. Мы считаем, что технология Video-in-Print - это эффективное средство для успешной конкуренции печатных изданий с электронными... Рекламный ролик,

поданный в таком формате, точно не останется незамеченным»⁵⁶, - отмечает управляющий партнер Americhip Russia and CIS Владимир Рулевский.

Внедрение жидкокристаллических экранов в печатную прессу достаточно дорогостоящее мероприятие: «стоимость одного комплекта Video-in-Print может составить от 30 до 200 евро»⁵⁷. Несмотря на то, что такая технология существует уже давно, ее применяют в основном в рекламных целях, в том числе, и для корпоративных брошюр. Владимир Рулевский считает, что «российские рекламодатели не слишком доверяют западному опыту, поскольку уверены, что у российской аудитории несколько другой менталитет. К февралю будущего года мы соберем и опубликуем данные об эффективности рекламной кампании Martini. Я уверен, результат будет положительным и подтолкнет других рекламодателей к использованию Video-in-Print»⁵⁸.

Технология Video-in-Print далеко не единственная, с помощью которой создаются интерактивные печатные книги. Например, в последнее время ряд издательств в последнее время выпускает детские книги, в комплекте с которыми идут, так называемые, «волшебные ручки». Издательство «Эгмонт» называет эти книги интерактивными, в которых сочетаются свойства бумажной электронной и бумажных книг: «Компьютерная игра была перенесена нами на бумагу. На каждую страницу наносился особый код, считываемый специальным устройством. Таким образом, у ребёнка в руках оказывался не просто гаджет, а говорящая ручка, волшебные книги. Первое, что необходимо сделать — дотронуться до логотипа ручкой. Последующие действия не вызовут у ребёнка никаких сложностей. Электронная говорящая ручка

⁵⁶ Глянцевый журнал с видеорекламой внутри впервые вышел в России // РИА Новости URL: <http://ria.ru/technology/20101125/300798428.html> (дата обращения: 04.05.2014).

⁵⁷ Там же.

⁵⁸ Там же.

для ребёнка — настоящая волшебная палочка. Ею он может водить по странице, а книга будет рассказывать сказки, и давать задания»⁵⁹. Электронная ручка, которая взаимодействует с ребёнком, не только воспроизводит музыкальные и текстовые фрагменты, но и «разговаривает» с ним, призывая к определенным действиям - в этом и заключается интерактивность. Или же, например, детские книги издательства «Белфакс» также являются интерактивными: в них с помощью электронной ручки ребёнок должен отвечать на вопросы, где правильность ответов обозначается с помощью музыкальных и световых сигналов.

Интерактивными могут быть книги и без использования компьютерных технологий. Ярким примером таких книг служит «Живая книга» французского писателя Эрве Тюлле. Она была опубликована в 2010 году и сразу стала бестселлером. Эту книгу можно отнести к разряду «книга-игра». Автор обращается к простейшим геометрическим фигурам – точкам трех основных, по Иоганну Иттену, цветов: желтого, красного и синего, - и с их помощью взаимодействует с читателем. Желтый кружок появляется с самой первой страницы вместе с первым текстом-установкой: «Нажми на этот желтый кружок и переверни страницу»⁶⁰ - перевернув страницу, можно увидеть уже два желтых кружка и новый текст-установку и т.д. Автор предлагает читателю нажимать на кружки, один или несколько раз, после чего увеличивается их количество, потереть их, в результате чего они меняют цвет, закрыть книгу и встряхнуть ее, после чего кружки «рассыпаются» по страницам, наклонить влево или вправо – кружки сползают к краю книги, подуть, чтобы убрать появившийся в результате предыдущих манипуляций черный цвет на страницах, положить книгу на ровную поверхность,

⁵⁹ «Волшебная ручка» — уникальные интерактивные книги для развития Вашего ребёнка // Эгмонт URL: <http://www.egmont.ru/magicpen/> (дата обращения: 16.05.2014).

⁶⁰ Тюлле Э. Живая книга. - М.: Клевер Медиа Групп, 2010. - С. 5.

чтобы вернуть кружки, которые ненароком «сдуло», хлопнуть в ладоши – чтобы кружки увеличились в размерах. В конце все возвращается к желтому кружку, с которого началась книга-игра. Интерактив заключается в особенностях печати: каждый следующий разворот представляет собой результат действия, описанного на предыдущем развороте. Разумеется, ничего трясти и тереть не надо, - все уже напечатано. Однако сочетание текстовых обращений с призывами к определенным действиям, иллюстраций, которые плотно связаны с текстом и, собственно, самих действий, которые будет (или не будет) совершать читатель, позволяют говорить о «Живой книге» Эрве Тюлле как о настоящей интерактивной печатной книге.

2.1.3. Существование бумажной книги на экране

В данной работе проблема рассматривается в двух аспектах: мультимедийная презентация книг и мультимедийные технологии в книгоиздании. В связи с этим нельзя не сказать о существовании книги на телевизионном экране. Книга — это статичный объект, а телевидение предпочитает работать с динамическими объектами, поэтому и возникают проблемы с презентацией книг на телеэкране. Потребность в создании передач, посвященных книгам, существует, но как ее реализовать на практике? На этот вопрос до сих пор не найден однозначный ответ.

Телевидение нашло несколько способов презентации книги на экране, но они не являются мультимедийными в полном понимании этого слова. К ним относятся: различные телевизионные передачи, посвященные обсуждению книг, анимационные фильмы, пропагандирующие чтение, рекламные ролики и т.п. Условно одним из способов презентации книги на экране является экранизация литературного произведения.

Одной из телепередач о книгах, существующих на российском телевидении, является ток-шоу «Игра в бисер» на телеканале «Культура», которую ведет доктор филологических и кандидат исторических наук, профессор МГУ и Литературного института Игорь Волгин.

Инициатором создания передачи выступил Сергей Шумаков, а название было предложено И. Л. Волгиным: «Это, конечно, не вполне по Герману Гессе. Здесь это лишь метафора, обозначающая усилия ума и неравнодушные сердца. В поле зрения — вся мировая литература, где все аукается и перекликается друг с другом. И, разумеется, отечественная словесность, которая, хотелось бы верить, наше все»⁶¹. В студии четыре приглашенных гостя: философы, литературные критики, писатели, поэты, «чтобы в программе участвовали и действующие писатели, «шкурой» чувствующие природу слова»⁶², филологи, режиссеры и актеры. И.Л. Волгин полагает, что «и «физики» не чужды высокому и прекрасному»⁶³. И.Л. Волгин сам настоял на таком количестве участников ток-шоу: «четыре человека плюс ведущий — это вдумчивая беседа, не исключаящая, впрочем, острые споры, где выслушивают аргументы сторон»⁶⁴. Ведущий выступает своеобразным модератором в обсуждении произведения мировой классики, контролируя и регулируя ход дискуссии.

По мнению авторов программы, «это своеобразная игра ума для всех, кто ищет глубинную связь между событиями и явлениями; кто пытается обнаружить новый смысл в привычных взгляду вещах; кто воспринимает мировую литературу как уже написанную книгу, которую никто и никогда не постигнет до конца, но, тем не менее, каждое новое

⁶¹ Игра в бисер в контексте культуры [Интервью с И.Л. Волгиным] // Россия К URL: http://tvkultura.ru/article/show/article_id/92910/brand_id/20921/type_id/3 (дата обращения: 17.05.2014).

⁶² Там же.

⁶³ Там же.

⁶⁴ Там же.

прочтение удивительно и откровенно»⁶⁵. Дискуссия вокруг каждого литературного произведения, будь то лирическое или эпическое, начинается с того, что ведущий зачитывает небольшой отрывок из него, буквально первую страницу, которая в момент прочтения присутствует на экране крупным планом.

Ограниченный хронометраж телепередачи (около сорока минут) не позволяет полностью обсудить произведение мировой литературы. Но сами создатели отмечают, что они не ставили перед собой задачу обсудить, у них другая задача — заинтересовать. И.Л. Волгин отмечает, что цель проекта — как просветительская, так и исследовательская: «Мы стремимся обнаружить в литературной классике потенциальные смыслы, востребованные сегодняшним днем»⁶⁶.

Можно ли считать эту телепередачу мультимедийным продуктом? Учитывая то, что полноценным мультимедийным продуктом можно считать лишь тот, в котором использованы, как минимум, три элемента, эту передачу нельзя назвать мультимедийной, потому что в ней сочетаются лишь те элементы, свойственные обычной радиопередаче: видео- и аудиоряд. С большой натяжкой можно считать текстом недолгое появление на экране изображение текста произведения. Однако данная передача чуть ли не единственная на современном российском телевидении, в которой главным действующим лицом выступает статичная книга. Именно поэтому она представляет интерес для исследований. Возможно, в дальнейшем формат телепередачи может быть взят за основу для создания принципиально нового мультимедийного продукта о книгах.

⁶⁵ Игра в бисер / О проекте // Россия К URL: http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/20921 (дата обращения: 17.05.2014).

⁶⁶ Игра в бисер в контексте культуры [Интервью с И.Л. Волгиным] // Россия К URL: http://tvkultura.ru/article/show/article_id/92910/brand_id/20921/type_id/3 (дата обращения: 17.05.2014).

Еще одним из способов презентации бумажных книг является создание анимационных фильмов, посвященных книгам и чтению. Например, американский анимационный короткометражный фильм «Фантастические летающие книги мистера Морриса Лессмора» (The Fantastic Flying Books of Mr. Morris Lessmore) режиссеров Уильяма Джойса и Брендона Олденбурга, вышедший на экраны 30 января 2011 года. В 2012 году он получил 13 наград на кинофестивалях, в том числе и Оскара в номинации «Лучший анимационный короткометражный фильм».

Мультфильм рассказывает о том, что жизнь без книг бесцветна: ураган, налетевший на город, не только полностью его разрушает, но и полностью его обесцвечивает, унеся с собой все книги и все буквы. Герой мультфильма среди черно-белого города видит девушку, летящую, как на воздушных шарах, на летающих книгах. Одна из этих книг спускается к герою — и зовет его за собой. Так он попадает в безлюдную библиотеку, в которой живут волшебные летающие книги, и становится библиотекарем — опекает их, лечит и выдает черно-белым посетителям, которые после соприкосновения с книгами, становятся цветными. Одна из идей, которая проходит через весь фильм, заключается в том, что книга не оживет, пока ее не прочитаешь, пока она не найдет своего читателя, она не будет книгой — только по-особому сброшюрованными листами бумаги.

Если книга статичный объект, объект, который не может двигаться, то для того, чтобы она смогла комфортно существовать на телеэкране, ее необходимо заставить двигаться. Например, придав ей антропоморфность. Когда книга живет на экране, пусть и в анимационном фильме, как человек: ходит, разговаривает (пусть, своим языком, который очень похож на зарождение анимации: быстрое перелистывание страниц заставляет воспринимать статичные

иллюстрации динамичным мультфильмом), завтракает (в обязанности Морриса Лессмора входило кормить своих летающих подопечных хлопьями в форме букв), то зритель поневоле сопоставляет ее с собой.

Почему подобного рода продукты можно считать мультимедийными? «Фантастические летающие книги Мистера Морриса Лессмора» это анимационный фильм, при создании которого использовались компьютерные технологии. Из мультимедийных элементов в нем присутствует анимация, аудио (музыка) и текст. С одной стороны, формальные требования к мультимедийному продукту, которые мы сформулировали в начале нашей работы, соблюдены, но с другой, назвать анимационный фильм мультимедийным продуктом было бы достаточно сложно, если бы не тот факт, что мультфильм существует не только в рамках экранного продукта. Почти сразу после выхода мультфильма, в AppStore стало доступно приложение по его мотивам. В нем можно с помощью цифрового повествования чинить старые книги, восстанавливая порванные страницы, раскрасить черно-белое небо, сыграть мелодию на электронном пианино, затеряться среди строк и т.д. Поскольку приложение является вторичным относительно мультфильма продуктом, его нельзя рассматривать отдельно от него. Сочетание богатой анимации, интерактивность, игровые элементы и музыкальное сопровождение, помимо мультфильма, в котором изначально присутствуют и анимация, и музыка, и текст, позволяет считать комплекс (анимационный фильм + мобильное приложение) полноценным мультимедийным продуктом.

Помимо мультфильма и мобильного приложения по мотивам истории была создана бумажная книга, которая оживает, если поднести к ней iPad: по бумажным листам книги будут летать книги и осенние листья, у закрытой книги вырастут ножки и ручки и пр. Такое приложение называется книгоцентричным или книгоориентированным

(book-centric). В нем с помощью технологии IMAG-N-O-TRON можно просматривать статичные иллюстрации бумажной книги через камеру iPhone или iPad, на экране которых эти иллюстрации оживут.

Таким образом, во вселенной «Фантастических летающих книг Мистера Морриса Лессмора» присутствуют следующие продукты:

- а) анимационный фильм,
- б) мобильное приложение,
- в) бумажная книга,
- г) дополнительное мобильное приложение, которое взаимодействует только с бумажной книгой, отдельно от нее ценности не представляя.

Бумажная книга в сочетании с дополнительным мобильным приложением IMAG-N-O-TRON «The Fantastic Flying Books of Mr. Morris Lessmore» представляет собой не что иное как книгу с выходом в альтернативную реальность.

К сожалению, примеров, подобных «Фантастическим летающим книгам Мистера Морриса Лессмора» не так много. Это чуть ли не единственный пример анимационного фильма, посвященного книгам, по мотивам которого было выпущено несколько мобильных приложений и бумажная книга.

2.2. Способы презентации электронных книг

В Большой Советской Энциклопедии дано следующее определение понятию «книга» - «важнейшая исторически сложившаяся и продолжающаяся развиваться форма закрепления семантической информации, предназначенная для ее повторяющихся воспроизведений и передачи во времени и пространстве»⁶⁷. Поскольку книга существует и в информационную эпоху, нельзя опираться на данное определение, без определения понятия «информация». На сегодняшний день в русском

⁶⁷ Ляхов В.Н., Немировский Е.Л. Книга // Большая Советская энциклопедия, 3-е изд. Т.12. С. 335.

языке существует больше сорока дефиниций термина «информация». Например, согласно Федеральному закону Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ Об информации, информационных технологиях и о защите информации «Информация - сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления». Большой энциклопедический словарь дает следующее определение: «информация – это (от лат. informatio - разъяснение, изложение), первоначальная - сведения, передаваемые людьми устным, письменным или другим способом (с помощью условных сигналов, технических средств и т. д.); с сер. 20 в. общенаучное понятие, включающее обмен сведениями между людьми, человеком и автоматом, автоматом и автоматом; обмен сигналами в животном и растительном мире; передачу признаков от клетки к клетке, от организма к организму (см. Генетическая информация); одно из основных понятий кибернетики».

В информационную эпоху книга воспринимается как информация, что обусловило появление электронных книг. Как уже было сказано, существует три подхода к определению понятия «электронная книга»: три основных: электронная книга как устройство, электронная книга как документ и электронная книга как мобильное приложение для чтения книг в электронном формате.

Несмотря на то, что электронная книга – более молодое явление, чем бумажная книга, с появлением мультимедийных технологий, возник вопрос о том, какие способы использовать при их презентации. В большинстве случаев, электронную книгу можно назвать мультимедийным продуктом. Но так ли это на самом деле?

2.2.1. Мобильные приложения для чтения электронных книг

Как уже было сказано ранее, одно из определений понятия «электронная книга» - это мобильное приложение для планшетных компьютеров. Внутри этого определения можно выделить еще два

подопределения, первое из которых — это программы для воспроизведения электронных документов в различных форматах на планшетных компьютерах, или «читалки», а второе — это интерактивные книги для планшетных компьютеров.

С появлением планшетных компьютеров сразу возникла необходимость разработки программ, с помощью которых можно было бы читать книги в разных форматах. Для различных операционных систем было разработано свое программное обеспечение.

Например, стандартное приложение для чтения книг от Apple — iBooks. Это приложение поддерживает лишь два, наиболее распространенных, формата электронных книг — epub и pdf. Книги в приложение можно загружать через iTunes, как бесплатно, так и с оплатой. Его интерфейс удобен в использовании, а страницы читаемых книг перелистываются как настоящие. Преимуществом данного приложения является его бесплатное распространение.

Еще одно приложение для чтения книг на iPad — Stanza. В нем практически полностью отсутствуют какие-либо объемные эффекты перелистывания страниц, что компенсировано комфортной цветовой гаммой интерфейса. Данное приложение поддерживает гораздо больше форматов электронных книг: fb2, epub, pdp, pdf, doc, rtf, Html и др. Книги в приложение загружаются либо через iTunes, либо через любые сайты, на которых размещены электронные документы. Как и iBooks, Stanza распространяется бесплатно.

Платное приложение ShortBook может воспринимать только один формат — fb2. Оно и предназначено только для чтения этого формата. Книги можно загружать через iTunes и через браузер.

Бесплатное приложение АйЧиталка позволяет покупать книги в форматах fb2 и epub напрямую через сайт Аймобилко (через систему In-App Purchase). Купленные книги можно читать в нескольких режимах:

режиме прокрутки и постраничном. Также читатель может выбрать темы для оформления, дневной или ночной режимы чтения. Приложение позволяет ставить закладки в книгах, переносить слова. Помимо основного текста приложение может воспроизводить сноски и изображения.

Приложение Bookmate от создателей онлайн-библиотеки представляет собой годовую или месячную подписку на одноименный ресурс, которая дает доступ более чем к 250 000 книг. По словам самих разработчиков приложения, оно имеет удобный интерфейс для максимально комфортного чтения. Книги с помощью этого приложения можно читать как в онлайн, так и в оффлайн, можно бесплатно добавлять свои книги, которых нет в библиотеке. Также приложение поддерживает синхронизацию чтения одной книги на трех различных устройствах — смартфоне, планшете и компьютере.

Для чтения книг на iPad существует множество приложений, как платных, так и бесплатных.

Система Android также не отстает и разрабатывает различные приложения для чтения электронных книг. В самом начале, когда еще устройства с операционной системой Android стали появляться на рынке, приложений для чтения книг в них было не достаточно. Сейчас таких приложений очень много, и все они разные.

Например, приложение Moon+Reader, существующее как в платной, так и бесплатной версиях, позволяет не только читать электронные книги в известных форматах (fb2, txt, epub, chm, umd, html), но и открывает архивы в формате zip. Настройки приложения достаточно разнообразны: можно менять режимы, дневной и ночной, фоны, ставить закладки, смотреть оглавления, менять размер текста и эффект перелистывания.

Приложение GoBook поддерживает лишь пять форматов электронных книг: txt, epub, fb2, pdf и umd. Многих оно привлекает своим красивым оформлением: при запуске приложения появляется книжная полка, на которой стоят загруженные книги. Можно менять размер шрифта, ставить закладки, тему оформления, яркость подсветки, ориентацию экрана, режим работы и пр. в приложении три режима перелистывания страниц, в том числе и имитация бумажной книги.

Приложение Nomad Reader поддерживает лишь два формата электронных книг — pdf и fb2. Настройки приложения позволяют учитывать самые мелкие пожелания читателя: поворот на 4 угла, размер и цвет шрифта, межстрочный интервал, режим чтения и пр.

Приложение Cool Reader — одно из самых популярных приложений на операционной системе Android. Оно открывает книги различных форматов: txt, fb2, rtf, chm, prc, mobi, pdb, doc. Настройки позволяют менять шрифты, размер, цвет, фон, режимы, существует поддержка жестов.

Приложений для Android, с помощью которых можно читать электронные тексты много. Большинство из них можно считать мультимедийными, потому что в них присутствуют и текст, и изображение, и интерактив.

Табл.3

Сравнение форматов электронных документов, воспроизводимых мобильными приложениями для планшетных компьютеров

		fb2	epub	mobi	PDF	djvu	doc	rtf	html	chm	txt
IOS	Ibooks	Нет	Да	Нет	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет
	Stanza	Да	Да	Да	Да	Нет	Да	Да	Да	Нет	Нет
	ShortBook	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет
	Айчиталка	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет
Android	CoolReader	Да	Да	Да	Нет	Нет	Да	Да	Да	Да	Да
	FbReader	Да	Да	Да	Нет	Нет	Да	Да	Да	Да	Да
	Moon+Reader	Да	Да	Да	Да	Нет	Нет	Нет	Да	Да	Да
	GoBook	Да	Да	Нет	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Да
	NomadReader	Да	Нет	Нет	Да	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет	Нет

Табл.4

Сравнение возможностей мобильных приложений для планшетных компьютеров

	Ibooks	Stanza	ShortBook	Айчиталка	CoolReader	FbReader	Moon+Reader	GoBook	NomadReader
Выделение текста	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Закладки	Да	Да	Да	Да	Да	Нет	Да	Да	Да
Информация о книге	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Масштабирование текста	Да	Да	Да	Да	Да	Нет	Да	Да	Да
Навигация по тексту	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Переносы	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Поиск	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Режим чтения	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Оглавление	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Запоминание страницы	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Поворот экрана	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да	Да
Постраничные сноски	Да	Да	Да	Да	Да	Нет	Да	Да	Да

2.2.2. Интерактивные книги для планшетных компьютеров

Интерактивная книга — это электронная книга для планшетного компьютера, в которой сочетаются различные элементы: текст, изображение, видео, аудио, анимация, интерактивные игровые элементы и пр.

В основном, интерактивными делают книги для детей. Например, издательство Educat создает детские книги, распространяя их через мобильное приложение «Educat — Книжная полка», которое бесплатно можно скачать как в AppStore, так и в GooglePlay. Книги этого издательства носят образовательный характер. Например, книга «Голоса птиц» - это небольшая энциклопедия с богатым иллюстративным материалом, доступными для восприятия статьями о разных птицах, которые зачитываются вслух при открытии книги, аудиозапись звуков, которые издают птицы, а также игровая анимация (при нажатии на определенный элемент, он начинает двигаться: птица машет крыльями, цветы распускаются, фонарь зажигается и т.д.). Кроме того, книга, как и другие книги издательства, доступны, на трех языках: русском, английском и французском.

Интерактивная книга по мотивам поэмы Владимира Маяковского «Необычайное приключение, бывшее с Владимиром Маяковским летом на даче» от DigiPage представляет собой издание поэмы с живыми иллюстрациями и звуковыми эффектами. Анимация, статичные изображения, звук, интерактивные игровые элементы позволяют говорить о ней, как о мультимедийном продукте.

Если рассматривать интерактивные книги для различных платформ, большинство из них окажутся предназначенными для детей, либо младшего возраста (сказки с интрактивными играми), либо для школьников (произведения из школьной программы). Интерактивных книг для взрослых не так много. К ним относится «Crack 69», которая по

словам создателей является «первой интерактивной книгой для взрослой аудитории». Новая книга неизвестного автора, написанная в жанре антиутопии, в центре которой «юный Игнатий, познающий тайны устройства удивительного мира книги, в котором все мировые правители — в буквальном смысле управляемые куклы с механизмом, который надо время от времени чистить». В книге преобладают интерактивные иллюстрации, с которыми можно во время чтения взаимодействовать: «от прикосновения пальца герои раздеваются и одеваются, перепрыгивают со страницы на страницу, а иногда даже режут благим матом». Английская газета The Guardian отозвалась о книге следующим образом: «Создано с истинной страстью: легкий слог, дерзкий юмор, увлекательный сюжет. Герой познает главное: если ты отдашь часть своей личности системе — взамен она потребует больше. Crack 69 создан вдохновенным человеком. Его стоит прочесть, чтобы обрести свободу», - также признав проект лучшей интерактивной книгой для взрослой аудитории.

Помимо самих интерактивных книг, для их создания существует бесплатное программное обеспечение, разработанное специально для Apple — iBooks Author. По словам создателей приложения, с его помощью можно создавать «книги Multi-Touch и любые другие книги специально для iPad», вставляя в текст «фотогалереи, видеоролики, интерактивные диаграммы, трехмерные объекты, математические выражения», что и делает конечный продукт мультимедийным. Книг, предназначенных для широкой аудитории, созданных в данной программе, практически нет. В основном, это книги для домашнего пользования.

Интерактивные книги для планшетных компьютеров представляют интерес для исследования, потому что являются промежуточным продуктом: уже не электронный документ, еще не приложение-игра, потому что несет в себе другие цели и задачи.

2.2.3. Электронное будущее бумажных книг

В 2012 году совместно с Институтом книги был осуществлен проект «Музей революции». Автор интеллектуального романа «Музей революции» А.Н. Архангельский стал продавать свое произведение сначала в электронном виде через Интернет, а потом уже, спустя некоторое время, уже в печатном виде, поставив эксперимент, не имеющий аналогов. По мнению автора, «интеллектуальную прозу, которая на бумаге издается тиражом в 10-15 тыс. экземпляров, в электронной версии никто продавать не хочет, да и не умеет. Крупный издатель не может заниматься каждым отдельным наименованием, поэтому максимум, что он делает, - отдает в обычный магазин электронных книг, где они просто тонут»⁶⁸.

Роман «Музей революции» распространялся через следующие интернет-площадки:

- ЛитРес,
- Bookmate,
- OZON.ru,
- Амазон,
- Apple,
- Wexler,
- Имхонет,
- Thankyou.

Основными партнерами проекта выступили компания ЛитРес, рекомендательный сервис «Имхонет», компания eb00k и Владимир Харитонов.

По мнению Александра Гаврилова, эксперимент должен был ответить на вопрос «есть ли такое электронное или другое счастливое

⁶⁸ Опыт издания и распространения электронной книги. Проект «Музей Революции» // Книжная индустрия URL: http://www.bookind.ru/categories/e_book/851/ (дата обращения: 17.05.2014).

будущее у такого рода литературы?». Поскольку продажи электронных книг окружены многочисленными мифами, их необходимо развеивать, а это зачастую равносильно борьбе с ветряными мельницами.

Проект продаж электронной версии романа «Музей революции» были запущены 30 августа 2012 года. Его суть заключается в том, что электронная книга одновременно выставляется сразу в нескольких магазинах электронных книг по цене, которая значительно ниже цены экземпляра печатной книги. Учитывая тот факт, что в России рынок электронных книг не обходится без интернет-пиратов, участникам проекта пришлось заключить с ними сделку. Автор обратился к ним через специально созданный для этого проекта сайт: «Господа пираты, спорить нам друг с другом бесполезно. У вас свое представление о правде и праве, у нас свое. Но жить и действовать нам приходится в общем интернет-пространстве. Поэтому я предлагаю вам компромисс – вы не берете мой текст в свои библиотеки и на торренты до 10 января 2013 года. Это даст мне и моим коллегам спокойно разобраться в том, какие есть шансы у цифрового книгоиздания, какие способы продвижения романа в интернете работают, а какие нет. А я, в свою очередь, передам вам легальное право размещать мой текст на ваших ресурсах с 10 января 2013 года. При условии, что вы будете сопровождать его ссылками на интернет-магазины и призывом благодарить автора, добровольно перечисляя ему деньги на указанный электронный кошелек. Или не перечисляя – если денег нет или книга не нравится»⁶⁹. Результатом данного договора стало то, что до конца эксперимента книга не появилась даже на пиратском портале Lib.rus.ec.

Как уже было сказано, для проекта специально был создан сайт, на котором можно прочитать фрагмент из романа, выбрав для себя наиболее интересный из четырех предложенных («про любовь», «про историю»,

⁶⁹ Информация пиратам // Александр Архангельский. Роман "Музей революции" URL: <http://www.arkhangelsky.com/pirates.html> (дата обращения: 17.05.2014).

«про смерть», «про церковь»), прочитать сокращенную версию романа на сайте журнала «Октябрь» или выбрать наиболее удобный для читателя магазин электронных книг из шести предложенных. Одновременно с выходом романа в журнале «Октябрь» сокращенная версия романа появилась на сайте: любой желающий мог ее бесплатно читать. А спустя три месяца после того как в продажу поступили бумажные экземпляры романа, на сайте был бесплатно размещен его полный текст. «С одной стороны, мы не хотим мешать продажам бумажной книги, предлагая бесплатную альтернативу, – комментирует последовательность шагов Александр Архангельский, – с другой, мы даем возможность ознакомиться с книгой в онлайн тем категориям читателей, которые действительно не могут платить. Но тут вопрос морали и совести. Я предлагаю возможность тем, кто не может платить, идти мимо пиратов, ко мне на сайт»⁷⁰.

Общее количество экземпляров, которое было продано за все это время в вышеперечисленных электронных книжных магазинах, составляет 1265. Через электронную платную библиотеку Bookmate было продано 485 экземпляров романа. Через портал «Имхонет» было продано около 300 экземпляров книги. Таким образом, общее количество экземпляров, которое было продано через электронные книжные магазины, электронные платные библиотеки и портал «Имхонет», составило около 2000 экземпляров. Эксперимент, который провел автор совместно с «Институтом книги», и суть которого заключается в одновременном существовании книги на бумаге и в электронном пространстве, не является случайным — это своеобразное продолжение сюжетной линии произведения: «главный герой этой книги занимается службой в музее-усадьбе, которой грозят всякие страсти, это настоящий

⁷⁰ Опыт издания и распространения электронной книги. Проект «Музей Революции» // Книжная индустрия URL: http://www.bookind.ru/categories/e_book/851/ (дата обращения: 17.05.2014).

музей — дом, мебель, холмы, перелески, но герой занят тем, что создает музеи в виртуальном пространстве, запечатлевает (а иногда и фальсифицирует) память в этих текучих электронных форматах», - отмечает Александр Гаврилов.

Результатом проведенного эксперимента можно считать тот факт, что в России читатели готовы платить за бумажные книги, но далеко не все согласны платить за электронные. «Развитие электронной книги в России сдерживается недоразвитостью экосистемы, крошечной глубиной стоков и полным отсутствием “длинного хвоста”. В конечном счете все разговоры о пиратстве упираются в недостаток сервиса. А пиратство является не причиной и не сдерживающим фактором, а естественным ответом среды»⁷¹, – отмечает Александр Гаврилов.

⁷¹ Опыт издания и распространения электронной книги. Проект «Музей Революции» // Книжная индустрия URL: http://www.bookind.ru/categories/e_book/851/ (дата обращения: 17.05.2014).

ГЛАВА 3. РОЛЬ МУЛЬТИМЕДИА И МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МУЗЕЙНОЙ ПРАКТИКЕ

Мультимедийные технологии проникли практически во все сферы человеческой жизни, в том числе и в музеи. «Мультимедиа — не просто форма, а новая синкретичная форма, которая являет собой синергию между различными художественными формами, синергию между звуком, образами и текстами. В мультимедиа, как в одной мультисенсорной точке, сходятся визуальный, аудио — и текстовый материал внутри интерактивной компьютерной среды. Она может принимать любую форму и состоять из любых комбинаций: текст, гипертекст, двухмерная и трехмерная графика, анимация, движущееся цифровое изображение (цифровое видео и фото), музыка, звуковые эффекты. Как продукты нового инструментария, мультимедийные средства вбирают в себя достоинства всех предыдущих аудиовизуальных средств. Но не вытесняют их. Подобно тому, как банан не может заменить яблоко, компьютерная «палитра» должна функционировать в культуре не «вместо», а «вместе», обладая своими специфическими особенностями в системе художественной коммуникации, формирующими свой, новый язык мышления», - отмечают некоторые исследователи необходимость существования новых технологий в музейной среде.

Когда классические музеи осознали, что проигрывают современным технологиям, им ничего не оставалось, кроме как искать новые способы существования в цифровом мире. Внедряя мультимедийные технологии в свое пространство, музей позволяет посетителю быть не только пассивным наблюдателем, но и активным участником экспозиции. Взаимодействуя с экспонатами, посетитель преодолевает вечный барьер «зритель-экспонат» и лучше усваивает получаемую информацию. Музеям приходится обращаться к

мультимедийным технологиям, чтобы привлечь посетителей, потому что в цифровую эпоху, когда почти у каждого есть либо смартфон, либо планшетный компьютер с постоянным выходом в Интернет, нет необходимости посещать музеи и рассматривать статичные экспонаты — можно посмотреть их фотографии на портале музея или посмотреть видеозаписи на диске. Изучению опыта использования мультимедийных технологий в музейном пространстве посвящено множество исследований, однако качественных примеров мультимедийных музеев не так много.

Приобщаясь к мультимедийной культуре, музеи ставят в залах информационные киоски, с помощью которых можно узнать подробную информацию о том или ином экспонате, размещают плазменные панели, с помощью которых транслируются видео, связанные с тематикой экспозиции. Например, такая практика осуществлена в музее Ельцина в Екатеринбурге, где «изображение и звук помогают сконструировать дух времени, в котором жила историческая личность, и позволяют показать ее ярко, как традиционным музейным экспонатам не удалось бы»⁷².

Внедрение мультимедийных технологий в музейное пространство прошло несколько этапов. Сначала с их помощью решали только технические проблемы хранения, организации и систематизации информации, и лишь спустя некоторое время их стали применять для экспонирования, а потом и они стали самостоятельными экспонатами, а «музеи дошли до того, что новые выставочные проекты ставят новые задачи перед разработчиками компьютерных и проекционных технологий»⁷³.

⁷² Киссель О., Потапенко Н. Эволюция музейного мультимедиа: опыт Русского музея// Журнал "60 параллель", № 4 (27), 2007. – с 101.

⁷³ Там же.

3.1. Мультимедийные технологии в музейном пространстве

3.1.1. Мультимедийные технологии в музейном пространстве как вспомогательный инструмент

С переходом в информационную эпоху различные компьютерные системы стали уже привычны. С их помощью можно вести каталоги экспонатов и коллекций, они позволяют хорошо ориентироваться среди большого объема информации об экспонатах и пр. Многие музеи используют проекторы, демонстрируя на экранах фильмы или презентации, зачастую сопровождая их звуковыми эффектами. Фильмы могут быть самыми разными: документальными, художественными, любительской нарезкой имеющихся кадров, анимационными, и пр., - главное, чтобы они соответствовали тематике выставки. Некоторые музеи создают отдельно от остальных залов специально оборудованные компьютерами зоны, в которых посетители могут ознакомиться с выставкой и подробной информацией о ней на мультимедийном CD-ROM.

Во многих музеях различные мультимедийные технологии играют вспомогательную роль — хранение информации, поиск, систематизация информации, возможность показа видео и воспроизведения аудио и пр. Например, музей истории и деятельности Международного суда и других организаций, работающих во Дворце мира в Гааге, активно использует мультимедийные технологии. К ним относятся: интерактивный аудиогид, трансляция пятнадцатиминутного документального фильма с использованием хроникальных кадров, демонстрацией короткометражных анимационных фильмов о различных международных судебных тяжбах, которое имели место в практике Международного суда ООН.

Или, например, Русский музей в Санкт-Петербурге. Он одним из первых вступил на информационный путь: еще в 1985 году был

составлен первый электронный каталог музея, который представлял собой первую информационно-поисковую систему, которая позволила «автоматизировать процессы составления каталогов и картотек музейных предметов, появилась возможность одноразового ввода информации и многократного ее использования»⁷⁴.

Однако, несмотря на активное использование компьютерных технологий «за кулисами» Русского музея, экспозиция долгое время оставалась нетронутой и по-прежнему статичной. С появлением персональных компьютеров и при их дальнейшем развитии в музее стали появляться информационные киоски, которые долгое время казались сотрудникам музея «инородным телом в музейной среде», где «главенство музейного экспоната признавалось искусствоведами безоговорочно, и вся среда музея традиционно была подчинена выставляемым коллекциям»⁷⁵. Но поскольку посетителю нужна информация, которую не всегда может дать экскурсовод, информационные киоски постепенно стали появляться сначала на выставках, а в дальнейшем и в основных экспозициях. Более того, информационные киоски зачастую помогают решать проблемы, связанные с нехваткой места для расположения экспозиции: «в 1995 году на выставке «Давид Бурлюк — отец русского футуризма» уникальные архивные материалы о личности художника представили в виде мультимедийного фильма»⁷⁶. В настоящее время сотрудники музея уже не отвергают новые технологии в виде информационных киосков, но и принимают активное участие в разработке мультимедийных программ для них, которые «в обязательном порядке содержат полные электронные каталоги с изображениями высокого разрешения, снабженные обычно несколькими поисковыми индексами (алфавитным, предметным,

⁷⁴ Киссель О., Потапенко Н. Эволюция музейного мультимедиа: опыт Русского музея// Журнал "60 параллель", № 4 (27), 2007. – с 101.

⁷⁵ Указ. соч. – С. 103.

⁷⁶ Там же.

хронологическим), в зависимости от концепции выставки программы могут включать биографические сведения, научные статьи, видео, панорамы залов и другие материалы» (там же).

Следующим шагом в освоении мультимедийных технологий в музейном пространстве становится внедрение их не только в сферу хранения и систематизации информации, но и ее отображения. Например, проекции изображений с помощью плазменных панелей, жидкокристаллических экранов, проекторов и пр. Одной из первых выставок с использованием подобного оборудования стала выставка «Портрет города и горожан» в 2003 году в Санкт-Петербурге. Чтобы показать посетителям современный город, «веб-камеры, установленные на улице, на набережной канала Грибоедова и на Невском проспекте, транслировали на экран своеобразный портрет Санкт-Петербурга в реальном времени, экраном служил рекламный баннер, натянутый в интерьере вестибюля, приглашающий посетить выставку» (там же). Также на выставке транслировали документальные фильмы о городе и т.д.

3.1.2. Мультимедийные технологии в музейном пространстве как самостоятельный объект

Научившись применять мультимедийные технологии в качестве вспомогательных инструментов, музеи продолжили эксперименты, используя их уже как самостоятельные объекты экспозиций. В последнее время было организовано много выставок, основными экспонатами которых выступали особые сочетания изображений, музыки, видео и текста.

Мультимедийные технологии позволяют создавать виртуальные экспонаты. Например, анимированная виртуальная модель так и не осуществленного проекта «Памятник III Интернационалу» Владимира

Татлина была показана на выставках в Брюсселе («Авангард — до и после», 2005) и Дюссельдорфе («Здравствуй, Россия!, 2007»).

Весной 2014 года в Москве проходила уникальная мультисенсорная выставка «Ван Гог. Ожившие полотна». С помощью специальной демонстрационной системы Sensory 4, включающей в себя сорок кинопроекторов высокого разрешения с высоким качеством цветопередачи, которые расположены на стенах и на полу галереи, транслировались в хронологическом порядке репродукции полотен Ван Гога. Нельзя не отметить, что при организации данной выставки мультимедийные технологии использовались и как инструмент, и как самостоятельный объект. С помощью компьютеров, проекторов, зрители, пришедшие на выставку могли увидеть действительно ожившие полотна: новые технологии заставили статичные репродукции знаменитых картин, выполненных в стиле постимпрессионизма, двигаться посредством анимации. Звуковые эффекты и текстовая информация, появляющаяся на экранах, в сочетании с изображениями и анимацией, позволяют «зрителям пережить историю создания произведения художника, почувствовать себя частью вселенной с полотен великого импрессиониста» (сайт проекта). Создатели проекта отмечают, что подобного рода выставки это «кардинально новый способ взаимодействия с искусством».

В 2003-2008 гг. в Санкт-Петербурге был открыт музейный комплекс «Вселенная воды». Он включает в себя три экспозиции: «Мир воды Санкт-Петербурга», «Подземный мир Санкт-Петербурга» и «Вселенная воды», - две последние из которых являются мультимедийными. Специалисты музейного комплекса разработали десятки интерактивных программ, которые позволяют посетителям погрузиться в мир привычного элемента.

Вторая музейная экспозиция посвящения подземному миру города. Перед посетителями предстает «гигантский макет исторического центра Санкт-Петербурга, созданный по заказу ГУП «Водоканал Санкт-Петербурга» Институтом архитектуры, который оживает, подсвечивается и переливается огнями; в это же время на экране, расположенном над макетом, демонстрируется фильм, рассказывающий о современном состоянии систем водоснабжения и очистки сточных вод Санкт-Петербурга и роли Водоканала в жизни города»⁷⁷.

Создатели третьей, мультимедийной экспозиции – «Вселенная воды» - отмечают, что «Окружающее посетителей пространство изменчиво, как изменчива сама вода: меняются звуки, видеоряд, световые настроения»⁷⁸. В экспозиции используются практически все элементы, необходимые для того, чтобы можно было считать конечный продукт мультимедийным: и изображение, и текст, и музыка, и видео, и анимация, ведь «Экспозиция построена на мультимедийных технологиях и эффектах, объемно-пространственных объектах и текстовых дополнениях»⁷⁹. На экранах, расположенных в залах музея, можно увидеть различные фильмы, в числе которых «Появление воды на поверхности Земли», «Вода – уникальное вещество», «Свойства воды (химические и физические свойства, информационная память воды)», «Круговорот воды», «Парадоксы воды», «Вода в религиозных обрядах мира», «Минеральные воды и лечебные свойства воды», «Сказки и легенды об исцелении водой» и пр.

⁷⁷ Подземный мир Петербурга // Музейный комплекс Вселенная воды URL: http://www.vodokanal-museum.ru/ekspozicii/podzemnyj_mir_peterburga/ (дата обращения: 21.05.14).

⁷⁸ Краткая информация // Музейный комплекс «Вселенная воды» URL: http://www.vodokanal-museum.ru/muzejnyj_kompleks/kratkaya_informaciya/ (дата обращения: 21.05.14).

⁷⁹ Вселенная воды // Музейный комплекс «Вселенная воды» URL: http://www.vodokanal-museum.ru/ekspozicii/vselennaya_vody/ (дата обращения: 21.05.14).

Музейный комплекс «Вселенная воды» является одним из немногих музеев России, который можно считать по-настоящему мультимедийным, где мультимедийные технологии не только используются для улучшения качества обслуживания и экспонирования, но и органично сочетаются со статичными экспонатами, зачастую также являясь экспонатами.

3.2. Сравнение мультимедийных технологий в музейной и книгоиздательской практиках

Музеи вышли на информационный, мультимедийный путь значительно раньше книжных издательств. Именно они выступают своеобразным ориентиром для понимания дальнейшей траектории использования мультимедийных технологий при производстве и презентации книг. Проследив путь музеев в освоении новых цифровых технологий, можно спрогнозировать, как будет выглядеть путь книг в мультимедийном пространстве.

Если раньше внедрение мультимедийных технологий в музеи воспринималось ими как нечто враждебное, то сейчас с их помощью создают самостоятельные экспонаты, чему есть множество примеров.

Поскольку в теоретической науке базовые понятия зачастую неопределяемы, возникает проблема с умножением количества смыслов одного понятия. Под мультимедийными технологиями понимают разное: одни - использование компьютеров, проекторов и прочих технических средств в качестве вспомогательных инструментов, другие — создание с их помощью принципиально нового продукта.

Музейная практика более опытна в освоении мультимедийных технологий, чем книгоиздательская, которая сейчас находится на одной и первых стадий. Мультимедийные технологии, которые используются для презентации бумажных и электронных книг, в основном, представляют собой эксперименты, чем осознанное использование. Осознание

необходимости использования новых технологий в книгоиздательской сфере началось с их прикладного использования: перевод накопившейся информации в электронный формат, систематизация и организация хранения информации. Мультимедиа-технологии позволили сделать и навигацию внутри книги, не только в каталогах, более удобной, ведь навигация, которая была раньше была неудобной: «она навязывает читателю определенный сплошной строй текста, в котором для навигации используются специальные указатели — оглавление, деление на главы, предметные указатели, она не экономит время читателя, заставляя перелистывать сотни страниц в поисках нужного элемента», в то время как «мультимедиадокумент облегчает поиск и навигацию, а также предоставляет больше возможностей для создания собственного порядка чтения и перемещения по документу». Освоение мультимедийных технологий, как музейной, так и книгоиздательской практиками, позволяет потребителю получить одновременный доступ к огромным массивам информации и выбирать необходимую.

Следующим этапом в освоении мультимедийных технологий становится использование электронных медиа для презентации своей сути. Как в случае музеев, так и в случае книг, телевидению приходится работать со статичными объектами: ни музейные экспонаты, ни книги не могут двигаться. Чтобы они комфортно существовали на экране, приходится искать новые пути для их презентации, среди которых появляются и мультимедийные технологии. Например, музейные экспонаты или книги могут быть «оживлены» с помощью анимационных технологий и т.д.

Мультимедийные технологии позволяют не только менять работу, облегчая ее, не только предлагают новые пути для презентации статичных объектов, но и дают возможность создавать самостоятельные объекты. Например, мультимедийные экспонаты или интерактивные

книги, созданные с использованием всех мультимедийных форматов — есть не что иное, как новый шаг в освоении мультимедийных технологий в музейном и книжном пространствах. Сейчас интерактивных книг, которых можно смело назвать мультимедийными, не так много, как и мультимедиа-экспонатов. Но если музеи уже пробуют создавать интерактивные экспонаты на протяжении почти десяти лет, то интерактивные мультимедийные книги достаточно молодое явление. Можно предположить, что в ближайшее время на книжном рынке появятся интерактивные мультимедийные книги, которые будут качественными не только по своему техническому исполнению, но и по содержанию.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенного исследования цель, заявленная во введении, была достигнута: была выявлена специфика влияния мультимедийных технологий на различные способы презентации бумажных и электронных книг в цифровую эпоху. Была исследована степень изученности проблемы в научной литературе, проанализирована литература по вопросам мультимедиа и мультимедийных технологий, в частности по вопросам использования мультимедийных технологий при презентации электронных и бумажных книг, а также в музейной практике.

Поскольку в теоретической науке базовые понятия зачастую неопределимы, в начале нашего исследования было необходимо дать наиболее подходящее определение термину «мультимедиа». В результате анализа уже существующих определений и выявления особенностей явления, было выведено наиболее подходящее определение давно существующего термина: мультимедиа – это особый вид компьютерной технологии, объединяющий в себе как традиционную статическую (текст, графику), так и динамическую информацию (речь, музыку, видеофрагменты, анимацию и т.д.), при этом в реальных мультимедиа из существующих мультимедийных форматов присутствует не менее трех, которые дополняют друг друга, но не дублируют. Был составлен список основных мультимедийных форматов, так называемых, «инфомолекул», которые используются при создании полноценного мультимедийного продукта.

Нельзя не отметить и практически полное отсутствие комплексных исследований и научных работ, посвященной этой проблеме. Тема недостаточно проработана в современной науке, поскольку направление молодое, но оно выстраивается в параллель с тем, что уже есть: есть старые технологии презентации книг, которые еще работают, но уходят в прошлое, а мультимедийные технологии – еще не

работающее будущее. Процесс освоения мультимедийных технологий книжной индустрией находится в самом начале.

Также была доказана гипотеза, сформулированная в начале исследования. В результате сравнения освоения мультимедийных технологий книжной и музейной практиками, можно сделать вывод, что мультимедийные технологии недостаточно освоены книжной индустрией, в результате чего она проигрывает музейной практике. Это объясняется более поздним осознанием необходимости таких технологий для существования книги в постиндустриальном обществе, и поскольку ситуация на рынке бумажной и электронной книги осложняется, можно спрогнозировать ускоренный процесс освоения этих технологий и попытку «догнать» ситуацию, упущенную на старте.

Таким образом, данное исследование показало, на каком этапе развития расположены основные способы презентации бумажных и электронных книг, а также проблемы, вызванные более поздним осознанием необходимости внедрения мультимедийных технологий.

Дальнейшее исследование влияния мультимедийных технологий на способы презентации электронной и бумажной книги очень перспективно. Мы живем в эпоху, которая меняется на наших глазах. Мир постоянно трансформируется и исследователю приходится изучать явления, для которых еще не устоялась терминологическая база. Появляются новые способы существования книги в цифровом мире, которые не только необходимо исследовать, но и можно спрогнозировать их этапы развития. С дальнейшим развитием цифровых технологий, будут меняться и способы презентации бумажных и электронных книг, что является интересным материалом для будущих исследований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Берштадт А.Б. Реклама книги в книговедении и издательском деле: дис. ... канд. филол. наук: 05.25.03. - М., 2009.
2. Бруева Т.А. Книга как феномен культуры: философский аспект: дис. ... канд. филос. наук: 24.00.01. – М., 2006.
3. Вселенная воды // Музейный комплекс «Вселенная воды» URL: http://www.vodokanal-museum.ru/ekspozicii/vselennaya_vody/ (дата обращения: 21.05.14).
4. Индикаторы. Факты // Медиатренды. 2011. 25 фев. Ст. 19.
5. Краткая информация // Музейный комплекс «Вселенная воды» URL: http://www.vodokanal-museum.ru/muzejnyj_kompleks/kratkaya_informaciya/ (дата обращения: 21.05.14).
6. Кошко К.Н. Книга как социокультурный феномен в условиях информатизации общества: социально-философский анализ: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11. - Ростов-на-Дону, 2006.
7. Лория А.В. Электронное издание на базе гипертекста: дис. ... канд. филол. наук: 05.25.04. – М., 1998.
8. Передний Д.М. Реклама книги: Модификации и тенденции развития: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.10. – М., 2005.
9. Баренбаум И. Е. Книговедение и электронная книга // Книга: Исследования и материалы: Сб. 76.-М.:ТЕРРА, 1999.-С.5-15.
10. Баренбаум И. Е., Шомракова И. А. Всеобщая история книги.-СПб.: Акад. культуры, 1996.-Ч.1.-168 с.
11. Бруева Т. А. Информационная цивилизация и книга // Информационная цивилизация: современные проблемы: Материалы «круглого стола».-М.:МГУКИ, 2004.-Ч. 1 .-С. 107-114.

12. Бруева Т. А. Книжная и аудиовизуальная культура в современном мире // Диалог культур в контексте проблем современного общества: Материалы «круглого стола».-М.: МГУКИ, 2006.- Ч.2.-С.115-120.
13. Бруева Т. А. Понятие книжной культуры в свете теории глобализации М. Мак-Люена // Диалог культур в контексте проблем современного общества: Материалы «круглого стола».- М.: МГУКИ, 2006.- Ч.1.- С.100-107.
14. Бруева Т. А. «Смерть» книги: миф или реальность? // Созидательная миссия культуры: Сб. ст. молодых учёных.-М.:МГУКИ, 2006.-С.35-39.
15. Буктрейлер // О проекте / Буктрейлеры URL: <http://www.booktrailers.ru/about/> (дата обращения: 04.05.2014).
16. Василенко Г. А., Гиляревский Р. С. Электронная книга (ProetContra) // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10, Журналистика.-2001.-№ 6.-С.24-43.
17. Визель М. Гипертексты по ту и эту сторону экрана // Иностр. лит,- 1999.-№ 10.-С.169-17.
18. «Волшебная ручка» — уникальные интерактивные книги для развития Вашего ребенка // Эгмонт URL: <http://www.egmont.ru/magicpen/> (дата обращения: 16.05.2014).
19. Гиляревский Р.С. Электронная книга: современное состояние и перспективы развития // Книга: исследования и материалы: Сб.74.- М.:ТЕРРА, 1997.-С. 51-60.
20. Глянцевый журнал с видеорекламой внутри впервые вышел в России // РИА Новости URL: <http://ria.ru/technology/20101125/300798428.html> (дата обращения: 04.05.2014).
21. Григорянц Е. И. Книга в контексте современной культурной коммуникации // Книга: исследования и материалы: Сб.82.-М.:Наука, 2004.-С. 51-59.

22. Грунвальд А. От книги к компьютеру: эволюция или революция? // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета.-М.:Традиция, 2000.-С.54-64.
23. Деррида Ж. Конец книги и начало письма // Интенциональность и интертекстуальность.-Томск, 1998.
24. Зимина Л.В. Буктрейлеры в системе рекламно-маркетинговых коммуникаций книжного дела // Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. - 2012. - №2.
25. Игра в бисер / О проекте // Россия К URL: http://tvkultura.ru/brand/show/brand_id/20921 (дата обращения: 17.05.2014).
26. Игра в бисер в контексте культуры [Интервью с И.Л. Волгиным] // Россия К URL: http://tvkultura.ru/article/show/article_id/92910/brand_id/20921/type_id/3 (дата обращения: 17.05.2014).
27. Информация пиратам // Александр Архангельский. Роман "Музей революции" URL: <http://www.arkhangelsky.com/pirates.html> (дата обращения: 17.05.2014).
28. Иоффе А. М., Сбитнева А. А. Книговедение и история книги,- М.:МГИК, 1989.-74 с.
29. Каптерев А. И. Мультимедиа как социокультурный феномен.- М.:ИПО Профиздат, 2002.-224 с.
30. Катасонов В. Н. Технологии информационной цивилизации и мудрость книжной культуры // Общество и книга: от Гутенберга до Интернета.-М. Традиция, 2000.-С. 76-81.
31. Книга: Энциклопедия / Ред.кол.: Баренбаум И. Е., Беловицкая А. А., Говоров А. А. и др.; Гл. ред. Жарков В.- М.: Большая Российская энциклопедия, 1999.-800 с.
32. Монетов В.М. Художественный процесс и мультимедиа. К вопросу об определении терминов // Наука телевидения. Вып. 1. М., 2004.

33. Искусство мультимедиа. Мультимедиа и техника / Ред. Т.Шехтер. СПб.: Издательство СПбГУП, 2010. С. 204. (Новое в гуманитарных науках).
34. Киселев С. Средства мультимедиа. М.: Академия, 2011. С. 64. (Непрерывное профессиональное образование).
35. Киссель О., Потапенко Н. Эволюция музейного мультимедиа: опыт Русского музея // Журнал "60 параллель", № 4 (27), 2007. – с 100-109.
36. Крапивенко А. Технологии мультимедиа и восприятие ощущений. М.: Бином. Лаборатория знаний, 2009.
37. Кузьмичев И. Буктрейлеры дают шанс бумажным вариантам // FirstNews URL: <http://www.firstnews.ru/articles/id357598-Buktreylery-dayut-shans-bumazhnym-varian/> (дата обращения: 04.05.2014).
38. Ляхов В.Н., Немировский Е.Л. Книга // Большая Советская энциклопедия, 3-е изд. Т.12. С. 335.
39. Мультимедиа // Научно-технический энциклопедический словарь URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ntes/2916/%D0%9C%D0%A3%D0%9B%D0%AC%D0%A2%D0%98%D0%9C%D0%95%D0%94%D0%98%D0%90> (дата обращения: 11.02.2014).
40. Немировский Е.Л. Большая книга о книге: Справочно-энциклопедическое издание. – М.: Время, 2010.
41. Оборин Л. Скоро на полках! Способны ли трейлеры сделать для книжного рынка то же, что для индустрии кино? // OpenSpace.ru. Архив URL: <http://os.colta.ru/literature/projects/122/details/17834/> (дата обращения: 04.05.2014).
42. Основные понятия и определения прикладной интернетики // Интернетика URL: <http://perfekt.ru/dict/netica.html> (дата обращения: 11.02.2014).

43. Опыт издания и распространения электронной книги. Проект «Музей Революции» // Книжная индустрия URL: http://www.bookind.ru/categories/e_book/851/ (дата обращения: 17.05.2014).
44. Подземный мир Петербурга // Музейный комплекс Вселенная воды URL: http://www.vodokanal-museum.ru/ekspozicii/podzemnyj_mir_peterburga/ (дата обращения: 21.05.14).
45. Почему печатный контент переходит в DIGITAL? // Izdai24.ru URL: <http://www.izdai24.com/novosti/298-likbez-dlja-izdatelja-delajushego-pervye-shagi-v-digital-chast1.html> (дата обращения: 11.02.2014).
46. Статистические данные 2013 // Российская книжная палата URL: http://www.bookchamber.ru/content/stat/stat_2013.html (дата обращения: 11.02.2014).
47. Стефанов С.И. Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника.— М.: Гелла-принт, 2004. — 320 с: ил. — (Рекламные технологии).
48. Стартовал новый сезон конкурса буктрейлеров // Pro-books. Профессионально о книгах URL: <http://www.pro-books.ru/news/4/13135> (дата обращения: 04.05.2014).
49. Trend Locator. Как бумажные книги бьют электронные // Slon.ru URL: <http://slon.ru/biz/1017172> (дата обращения: 11.02.2014).
50. Тюлле Э. Живая книга. - М.: Клевер Медиа Групп, 2010/
51. Цифровой паблишинг: краткая история. От проекта «Гутенберг» до мобильных решений // IBusiness URL: http://ibusiness.ru/blog/tsifrovoy_pablising/29459 (дата обращения: 11.02.2014).
52. Что такое книга-игра? // Книга-игра URL: <http://bookalive.ru/> (дата обращения: 17.05.2014).
53. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа. - М.: 2004.

54. Щербинина Ю. Смотреть нельзя читать. Буктрейлерство как издательская стратегия в современной России // Вопросы литературы. - 2013. - №3.
55. Эйзенштейн С.М. Монтаж. - М.: Музей кино, 2000.
56. Электронная книга // Russika.Ru URL: <http://www.russika.ru/ef.php?s=4556> (дата обращения: 11.02.2014).
57. Trend Locator. Как бумажные книги бьют электронные // Slon.ru URL: <http://slon.ru/biz/1017172> (дата обращения: 11.02.2014).
58. Martin Hilbert, Priscila López The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information // Science. - 2011. - Vol. 332, № 6025. - С. pp. 60-65.

ПРИЛОЖЕНИЕ №1. ГЛОССАРИЙ

Буктрейлер - это «ролик-миниатюра, тизер (teaser), который включает в себя самые яркие и узнаваемые моменты книги, визуализирует ее содержание»⁸⁰.

Книга - один из основных видов полиграфической продукции, непериодическое издание в виде сброшюрованных в определенном порядке бумажных листов или тетрадей с отпечатанной на них текстовой, графической, иллюстрационной информацией объемом более 48 с., как правило, в переплете (твердой обложке)⁸¹.

Мультимедиа - это особый вид компьютерной технологии, объединяющий в себе как традиционную статическую (текст, графику), так и динамическую информацию (речь, музыку, видеофрагменты, анимацию и т.д.), при этом в реальных мультимедиа из существующих мультимедийных форматов присутствует не менее трех, которые дополняют друг друга, но не дублируют.

Мультимедийные технологии - это совокупность компьютерных технологий, в которых одновременно применяется информация в разных видах: текст, звук, фото, видео и анимация.

Электронная книга – 1) как устройство, разновидность планшетного компьютера, предназначенный только для чтения книг в цифровом формате, т.е. электронных книг (точнее будет, электронных текстов или электронных документов); 2) как документ (или как текст) это оцифрованная версия печатной книги, представленная в различных форматах.

⁸⁰ Бутрейлер // Музейный комплекс Вселенная воды URL: http://www.vodokanal-museum.ru/ekspozicii/podzemnyj_mir_peterburga/ (дата обращения: 21.05.14).

⁸¹ Стефанов С.И. Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника.— М.: Гелла-принт, 2004. — С.158.